



**UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
CENTRO DE EXCELÊNCIA EM TURISMO
GRADUAÇÃO DE NÍVEL SUPERIOR EM TURISMO**

**TURISMO, CULTURA E RELAÇÕES ESTABELECIDAS ENTRE BRASIL E JAPÃO:
FESTIVAL DO JAPÃO BRASÍLIA**

**BRASÍLIA-DF
2018**



**UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
CENTRO DE EXCELÊNCIA EM TURISMO
GRADUAÇÃO DE NÍVEL SUPERIOR EM TURISMO**

FYLIPE AUGUSTO FRANCO GONÇALVES

**TURISMO, CULTURA E RELAÇÕES ESTABELECIDAS ENTRE BRASIL E JAPÃO:
FESTIVAL DO JAPÃO BRASÍLIA**

Monografia apresentada ao Centro de Excelência em Turismo – CET, da Universidade de Brasília – UnB, como parte das exigências à obtenção do grau de Bacharel em Turismo.

Orientação: Prof^ª. Ms. Livia Cristina Barros da Silva Wiesinieski.

**BRASÍLIA-DF
2018**

**UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA CENTRO DE EXCELÊNCIA EM TURISMO
GRADUAÇÃO DE NÍVEL SUPERIOR EM TURISMO**

Monografia apresentada ao Centro de Excelência em Turismo – CET, da Universidade de Brasília – UnB, como parte das exigências para a obtenção do grau de Bacharel em Turismo.

**TURISMO, CULTURA E RELAÇÕES ESTABELECIDAS ENTRE BRASIL E JAPÃO:
FESTIVAL DO JAPÃO BRASÍLIA**

FYLIPE AUGUSTO FRANCO GONÇALVES

Brasília-DF, 06 de Junho de 2018 BANCA EXAMINADORA

Orientadora: Prof^a M^a Livia Cristina Barros da Silva Wiesinieski (CET/UnB)

Avaliadora Interna: Prof^a Dr^a Iara Lúcia Gomes Brasileiro (CET/UnB)

Avaliadora Externa: Prof^a Alessandra Santos dos Santos (FACES/UniCEUB)

Suplente: Prof^a Luiz Carlos Spiller Pena (CET/UnB)

AGRADECIMENTOS

Dedico todo meu esforço a minha mãe Ana Ruth, que é uma representação de mulher guerreira, na qual luta para manter sozinha, sua casa, sempre trabalhando para fornecer comida, uma cama para dormir, um teto para viver, muito carinho, amor e principalmente educação. Sou grato pela minha irmã, Ana Karen, que sempre me apoiou e me deu assistência, sempre trilhando a direção do caminho, e cuidando de mim. A meus tios Edilberto, José Raimundo, Lucidalva, Moisés, Daniel, e minha avó Maria da Conceição, que me proporcionou assistência financeira e recursos para realizar os trabalhos na UnB.

Agradeço á Isis que trouxe de volta a minha vitalidade espiritual, renascendo em meu peito o fogo e garra, para seguir em frente, acreditando que posso tudo se acreditar em mim mesmo.

Meus amigos, Brenda Barbosa, Luiz Felype, Estefanier de Oliveira, Erik Carvalho, Débora Camargos, Rodrigo Oliveira e Larissa Braga, que são meus irmãos de espírito, sempre me ouvem e me aconselham, que me estenderam a mão e nunca me abandonaram em momentos difíceis, banindo a tristeza do meu coração e muitas vezes me livrando de uma possível depressão.

Sou grato pelas eternas amizades que fiz durante a minha formação na UnB, especialmente por ter conhecido Adriana Fonseca, Letícia Melgaço, Sarah Andrades, Rafael Valverde e Gabriela Pereira, que foram amizades que sempre me inspiraram coragem e ânimo, dividimos momentos de dificuldades e momentos de felicidade, pessoas que sempre estarão em minhas lembranças e terão um espaço no meu coração.

Agradeço também a amizades como, Letícia Lira, Gabriela de Sousa, Ana Carrijo, Maria Clara, Maysa Alves, Ana Paula, Rafael Serafin e Gustavo de Assis, que foram exemplos de honestidade e companheirismo.

A todos os professores, que dividiram o seu conhecimento ao máximo possível, e me ajudaram a moldar o meu senso crítico perante a sociedade, especialmente aos professores, Ana Rosa, Luis Spiller, Iara Lucinda, Marustcka Moech, João Paulo, Alessandra Santos, Everaldo Costa e Tainá. Sou grato pela minha orientadora, professora Livia Barros, que clareou minhas idéias, me dando uma direção, e doou seu tempo para me ajudar, sempre muito amável e paciente.

Agradeço ao senhor Kuniyoshi Yasunaga, organizador e idealizador do Festival do Japão Brasília, exemplo de pessoa com garra e liderança, me recebeu com toda a atenção, dedicando seu tempo precioso para sanar minhas dúvidas.

RESUMO

O trabalho apresentado é dedicado a entender a relação estabelecida entre Brasil e Japão, pelo turismo e cultura. Turismo atividade que proporciona o encontro de povos de diferentes costumes como a política, a gastronomia, o esporte, a religião, a dança, a música, a língua e a cultura, é estudado pela internacionalidade, na qual estabelece alianças entre países. Usado apenas para viés econômico, e pouco estudado sobre até onde essas relações podem se tornar valiosas. O Brasil e o Japão cultivam uma relação antiga, na qual é lembrada e celebrada todos os anos por ambos os países. O objeto de estudo deste trabalho é o Festival do Japão Brasília, evento criado pela FEANBRA (Federação das Associações Nipo-brasileiras do Centro-Oeste), com o intuito de disseminar a cultura japonesa, e ajudar as organizações a se manterem financeiramente. Realizado no ano de 2018, em Brasília DF, sua sétima edição tem como temática os 110 anos de imigração japonesa no Brasil, história que mudou a vida de japoneses e brasileiros.

Palavras Chave: Turismo, Cultura, Relações Internacionais, Brasil, Japão, Imigração, Evento, Festival do Japão Brasília.

ABSTRACT

The work is carried out in a relationship between Brazil and Japan through tourism and culture. The tourism that offers the meeting of people of different costumes through politics, education, sport, religion, dance, music, language and culture, is studied through internationality, as alliances between countries. Used only to become economical, and a little studied how a tin can become valuable. Brazil and Japan cultivate an ancient relationship, in which it is remembered and celebrated each year by both. The object of study of this work is the Festival of Japan, an event created by FEANBRA (Federação das Associações Nipo-brasileiras do Centro-Oeste), with the intention of promoting a Japanese culture, and helping the organizations to develop financially. Held in 2018, in Brasília DF, its seventh edition has as its theme the 110 years of Japanese immigration in Brazil, a history that changed the lives of Japanese and Brazilians.

Keywords: Tourism, Culture, International Relations, Brazil, Japan, Immigration, Event, Japan Brasília Festival.

LISTA DE SIGLAS E ABREVIATURAS

ACENBVB	Associação Nipo-brasileira de Vargem Bonita
ACENP	Associação Nipo-brasileira de Paracatu
AELJB	Associação de Estudantes da Língua Japonesa de Brasília
ARCAG	Associação Rural e Cultura de Alexandre de Gusmão
FEANBRA	Federação das Associações Nipo-brasileiras do Centro-Oeste
INCRA	Associação Nipo-brasileira do INCRA
OMT	Organização Mundial de Turismo

LISTA DE QUADROS

Quadro 1.....	58
Quadro 2.....	59

LISTA DE FIGURAS

Figura 1	Kuniyoshi Yasunaga 09/04/2018.....	44
Figura 2	Portão da 09/04/2018.....	44
Figura 3	Homenagem Brasil e Japão 04/05/2018.....	54
Figura 4	Palco principal 04/05/2018.....	54

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	10
1 TURISMO INTERNACIONAL	13
1.1 TURISMO E RELAÇÕES INTERNACIONAIS	16
1.2 TURISMO E CULTURA.....	18
1.3 TURISMO E EVENTOS CULTURAIS	22
1.4 RELAÇÃO BRASIL E JAPÃO, E SEUS ACONTECIMENTOS HISTÓRICOS.	25
1.5 OS 110 ANOS DA IMIGRAÇÃO JAPONESA NO BRASIL.	28
1.6 OS BRASILEIROS NO JAPÃO	35
2 METODOLOGIA: CULTURA JAPONESA E O FESTIVAL EM BRASÍLIA.	37
2.1 ENTREVISTA COM O SENHOR KUNIYOSHI YASUNAGA.....	40
2.1.1 FESTIVAL DO JAPÃO BRASÍLIA.....	44
2.1.2 ORGANIZAÇÃO, PLANEJAMENTO E PÚBLICO DO FESTIVAL DO JAPÃO BRASÍLIA.	45
2.2 PESQUISA ETNOGRÁFICA APLICADA AO FESTIVAL.	48
3 RESULTADOS: FESTIVAL DO JAPÃO BRASÍLIA E SUA INFLUÊNCIA CULTURAL.....	52
CONSIDERAÇÕES	63
REFERÊNCIAS	65
APÊNDICE	68

INTRODUÇÃO

Viver em sociedade significa construir uma identidade local, é construir junto a cultura, que é passada de geração para geração, com características que se tornam única. Cada país tem o sua identidade e sua política, porém existe a interação entre povos, que causa o encontro de várias culturas distintas. A cultura é caracterizada devido a diversas formas de manifestação dos povos que ali convivem, por exemplo: manifestações artísticas, linguísticas, política e social. Através do turismo é possível conhecer inúmeros lugares e ambientes naturais, interagir com povos estrangeiros e entender como se dá a vida em cada espaço. A cultura é a principal riqueza de um local, ela pode ser disseminada dependendo do contato constante entre povos. Segundo vários autores o turismo é o responsável pela globalização, e se dividem em afirmar ser algo positivo e negativo, pois permite que a economia mundial circule, tornando países mais desenvolvidos, levando novas tendências e tecnologias, contribuindo com a ciência e medicina, e criando multinacionais. Porém outros afirmam que a globalização é a causa da perda da identidade cultural de uma sociedade, as cidades se tornam cada vez mais padronizadas, paisagens repetitivas e massivas, tornando o ambiente cada vez mais de “concreto”, degradando o ambiente, e dificultando cada vez mais a independência financeira de cada país.

O tema abordado neste trabalho é a relação entre Brasil e Japão, o estudo dedicado a entender como é possível dois países que possuem uma localização geográfica tão distante no globo, estabeleceram uma relação que de início era resolver problemas internos de cada país, sendo o Japão sofreu com uma crise econômica, e o Brasil necessitando de mão de obra para continuar a sua era da evolução econômica com os cafezais.

O espaço de estudo para esse trabalho é o Distrito Federal, Brasília, que tem como principal segmento o turismo de negócios e eventos. O evento escolhido para ser estudado é o Festival do Japão Brasília. O Festival do Japão Brasília é o maior e mais conceituado evento sobre a cultura japonesa do Distrito Federal. O projeto foi idealizado pela FEANBRA (Federação das Associações Nipo-brasileiras do Centro-Oeste), com o objetivo de reunir todos os grupos nipo-brasileiros da região e de outros estados, em realizar um único e grande projeto, para divulgar e preservar seus costumes para as gerações futuras. O evento traz apresentações culturais, exposições, clínicas, show de drift, cultura pop japonesa, o concurso de beleza Miss

Nikkei DF. Sua importância foi reconhecida e o festival foi incluído no Calendário Oficial de Eventos do Distrito Federal pela Lei nº 5.697, de 23 de agosto de 2016. O evento ocorre a cerca de sete anos consecutivos, sendo o primeiro realizado no ano de 2011, e a cada edição demonstra um grande aumento na demanda de seu público, sendo 90% (Apêndice 1) público que não são japoneses nem decentes. Através da narrativa esse trabalho parte dos principais objetivos:

Objetivo Geral

- Analisar a importância, o significado e a influência que o Festival do Japão Brasília pode gerar para o brasileiro e para o turismo de ambos os países.

Objetivo Específico

- Analisar a relação que o Brasil e o Japão construíram durante a história de imigração japonesa no Brasil.
- Entender a idealização e criação do Festival do Japão Brasília.
- Analisar a influência da cultura japonesa nos brasileiros.

O trabalho está dividido em três capítulos. O primeiro capítulo traz o arcabouço teórico, o primeiro tema abordado, é o turismo internacional, na qual irá introduzir os conceitos de turismo e a sua narrativa através de uma visão voltada para as relações entre países, abordando a visão industrial e a sócio cultural. O segundo tema é sobre turismo e relações internacionais, na qual trará a importância do entendimento das relações entre países, com foco na sua política, história, costumes e cultura, levando o turismo como principal atividade consequente dessas possíveis relações. O terceiro tema é turismo e cultura, onde será abordado através da sociologia e da antropologia, conceitos que melhor definem cultura, como identidade e herança de costumes tradicionais, e a sua importância e influência causada na sociedade e no turismo. O quarto tema irá trazer um pouco da história e conceitos de eventos culturais, e a sua revolução mercadológica, sendo utilizada no turismo como ferramenta de sazonalidade e de promoção entre países. O

quinto tema abordado é sobre marcos da história que contam os primeiros contatos do Brasil e Japão, e suas relações diplomáticas de forma breve. No sexto tema, será sobre a história dos 110 anos de imigração japonesa no Brasil, de forma resumida, abordando os fatos que ocorreram na chegada do primeiro navio de imigrantes, e acontecimentos após a estadia dos imigrantes no Brasil. Tema escolhido para ser celebrado na sétima edição do Festival do Japão Brasília. Para fechar o capítulo será tratado de forma breve sobre a situação dos brasileiros que vivem no Japão, como é a vida cotidiana e os impactos que ocorrem.

O segundo capítulo trata-se da metodologia, na primeira parte traz a idéia central de cada subtítulo do capítulo um citando alguns autores que contribuíram para a construção teórica, e apontando qual foi o método de pesquisa utilizado. O segundo subtítulo vai abordar o primeiro método de pesquisa utilizado em campo, que foi a entrevista com o senhor Kuniyoshi Yasunaga organizador e idealizador, juntamente com a FEANBRA, do Festival do Japão Brasília. Na terceira parte do capítulo, é voltado para descrever como foi realizado e idealizado o festival através de todas as suas edição, tendo como base as informações utilizadas na entrevista. E na quarta parte, se baseado na entrevista também, é levantado as informações sobre como o festival é planejado, organizado e seus colaboradores. Ao final do capítulo, vou apresentar a pesquisa qualitativa que foi aplicada no Festival do Japão Brasília, e especificar os métodos utilizados.

No terceiro e último capítulo, o trabalho trará os resultados, uma análise das informações teóricas, da entrevista com o organizador do evento e da pesquisa feita com alguns participantes do festival.

1. TURISMO INTERNACIONAL

Turismo é uma palavra que abrange vários significados, cada autor tem um conceito e uma forma de interpretar, porém todos os conceitos estão interligados, até certo ponto, mesmo sendo diferentes, cada significado complementa o outro. Turismo por um lado pode ser interpretado como um fenômeno social e cultural, na qual a motivação do turista, seria o desejo de conhecer e aprender outros costumes, a interação com uma língua diferenciada, a troca de idéias e informações, e a criação de laços sociais e políticos. Padilha define o turismo como:

Um fenômeno social que consiste no deslocamento voluntário e temporário de indivíduos ou grupos de pessoas que, fundamentalmente por motivo de recreação, descanso, cultura ou saúde, se deslocam de seu lugar de residência habitual a outro, no qual não exercem nenhuma atividade lucrativa nem remunerada, gerando múltiplas inter-relações de importância social, econômica e cultural. (PADILHA, 1994, p.19)

Para Mathieson Wall (1990 apud LAGE, MILONE, p.26) turismo: “[...] é o movimento temporário de pessoas de pessoas para locais de destinos distintos de seus lugares de trabalho e de moradia; incluindo também as atividades exercidas durante a permanência desses viajantes nos locais de destino e as facilidades para promover suas necessidades”.

Já por outro lado o Turismo é encarado como uma Indústria, na qual ele é visto como um sistema de *clusters* que são empresas e estabelecimentos que proporcionam o turismo, como por exemplo: hotéis, restaurantes, clubes, museus, casa de festas, parques, transporte público e privado entre outros. Trabalhando juntos numa cadeia de negócios, acabam criando uma fonte de economia para o país, oferecendo seus atrativos e serviços para o turista.

Segundo a OMT (Organização Mundial do Turismo 2003 p.26) “o Turismo acaba reunindo grupos de atividades econômicas, que juntos se tornam o maior setor do mundo, estimulando o desenvolvimento dos países, gerando empregos e constituindo maior exportação mundial”.

Na definição de Urry:

O turismo é uma atividade de lazer, que pressupõe seu oposto, isto é, um trabalho regulamentado e organizado. Constitui uma manifestação de como o trabalho e o lazer são organizados, enquanto esferas separadas e regulamentadas da prática social, nas sociedades modernas. Com efeito, agir como um turista é uma das características definidoras de ser moderno, e ligar-se a grandes transformações do trabalho remunerado. É algo que passou a ser organizado em determinados lugares e a ocorrer em períodos regularizados. (URRY, 2001, p.17)

Os dois lados são bem distintos, a experiência do turista que vai determinar qual é a definição na qual ele julga melhor se encaixar, e mesmo dessa forma o turista pode ter a junção de cada lado em suas experiência, Beni (1998, p.37) consegue fazer bem a definição que mais abrange os dois lados do turismo:

[...] elaborado e complexo processo de decisão sobre o que visitar, onde, como e a que preço. Nesse processo intervêm inúmeros fatores de realização pessoal e social, de natureza motivacional, econômica, cultural, ecológica e científica. Que ditam a escolha dos destinos, a permanência, os meios de transportes e o alojamento, bem como o objetivo da viagem em si para a fruição tanto material como subjetiva dos conteúdos de sonhos, desejos, de imaginação projetiva, de enriquecimento existencial histórico-humanístico, profissional, e de expansão de negócios. Esse consumo é feito por meio de roteiros interativos espontâneos ou dirigidos, compreendendo a compra de bens e serviços da oferta original e diferencial das atrações e dos equipamentos a ela agregados em mercados globais com produtos de qualidade e competitivos. (BENI, 1998, p.37)

Segundo a OMT (2003, p.18-19), turismo é atividade de pessoas que viajam e permanecem em lugares fora de seu ambiente habitual por não mais de um ano consecutivo para lazer, negócios ou outros objetivos. E turista é o visitante que disfruta de pelo menos um pernoite em alojamento coletivo ou particular no lugar visitado. O Turismo internacional sendo diferente do turismo doméstico ocorre quando o viajante cruza a fronteira de um país. Sempre houve grande interesse pelo turismo internacional, ainda mais se tratando de razões econômicas, por que esse deslocamento desempenha importante papel nos fluxos comerciais e monetários entre as nações. Durante as últimas décadas, em países ocidentais as férias foram substituídas por férias no exterior, influenciadas através do aumento do padrão de vida.

A partir de 1950, as viagens internacionais acabam se tornando mais acessíveis a um público mais amplo, aumentando a chegadas de turistas internacionais em 12,3%. Já em 1955, a demanda de turistas internacionais ultrapassou US\$ 563 milhões, no mundo todo. As receitas geradas pelo turismo, sem contar com o transporte excederam US\$ 399 bilhões. E é hoje durante décadas a atividade econômica que mais se desenvolve, sendo igual ou até mesmo superando as

exportações de petróleo, tornando-se o principal, agente de mercado internacional, e se tornando uma das principais fontes de rendimento de países em desenvolvimento. (OMT, 2003, p.26)

O turismo internacional proporciona ainda mais a experiência da junção de aspecto social cultural e industrial do turismo, por exemplo: um turista vai em uma conferência de negócios a fim de promover sua empresa, que acontecerá em um país completamente diferente do seu, porém a sua motivação é vista por ele mais como uma oportunidade de promoção, do que lazer, o que está previsto é ir do hotel para a sua conferência e depois voltar para seu local de origem, tudo cronometrado e programado pela empresa, ao chegar no destino o turista faz a sua conferência e decide ir para um bar se distrair com os colegas de trabalho, e acaba se surpreendendo, pois ele nunca imaginaria que a cerveja que ele tomava seria a melhor cerveja da sua vida, que a recepção do bar era muito hospitaleira, e o ambiente era limpo, organizado e temático, tudo o que ele nunca tinha vivenciado no seu país de origem. Toda essa experiência cria uma sensação de simpatia, e gera vontade de conhecer e explorar ainda mais aquele país, o turista em seu período de férias, voltará com seus familiares, devido aos laços que ele criou com o ambiente e as pessoas. Observe que a motivação inicial do turista é apenas vivenciar aquilo que a empresa já tinha predestinado, porém ele acabou provando da gastronomia e da hospitalidade, criando um interesse que além de ser econômico é também cultural. Esse exemplo se assemelha com as definições de turismo, que se relacionam ainda mais quando o turismo é internacional.

Segundo Barretto (2003, p.19) o Turismo internacional determina ainda mais pontos positivos do motivo da viagem, sendo eles: mais segurança, receptividade da população, facilidade de circulação, boas condições sanitárias, mais aprendizado sobre uma outra cultura, a transformação da fantasia em realidade, o encontro a novas políticas e a interação social. Esses fatores são condizentes com as relações internacionais: câmbio, políticas migratórias e alfandegárias, transporte aviário, integração econômica e infraestrutura. Já a receptividade da população, a diferença de línguas, a relação de troca entre turista e morador local e a prestação de serviços de padrões internacionais, vai depender muito da história e da cultura do país que estará sendo visitado. O Turismo se torna industrial, ou social cultural, através da consequência da viagem e não da causa.

1.1 Turismo e Relações Internacionais

Para Barretto (2003, p.29-42), os estudos sobre relações internacionais são pouco abordado, pelas academias de turismo, nas relações internacionais, turismo é explorado de forma superficial. As relações internacionais focam seus estudos no lado político, e o turismo na sociologia, na geografia e na própria ciência do turismo. Hoje o Turismo é considerado por diversos autores como o “responsável pela globalização” tornando evidente a ligação com as relações internacionais, na qual deveria ser melhor estudado por ambas as áreas de estudo. Nas relações internacionais entidades de caráter público de personalidade jurídica internacional, se tornam protagonistas nas políticas de cenário internacional, empresas multinacionais e transnacionais que se espalham pelo mundo, criando influência nos interesses sociais, humanitários, culturais e ecológicos dando origem a muitas organizações internacionais privadas, principalmente para o turismo. O Estado é o principal agente nas relações internacionais, procurando o desenvolvimento econômico e baseando suas decisões em outras políticas, além de parcerias em tecnologias e agricultura. A partir da década de 1980 questões internacionais passam a ser mais definitivas, como por exemplo, assuntos relacionados a questões ambientais do planeta, assuntos referente ao avanço da medicina, as telecomunicações, a preocupação em empresas se tornarem diferenciadas, sempre procurando inovação, e a ceder conhecimento referente às ciências sociais.

Para conceituar as relações internacionais, Renouvin descreve da seguinte maneira:

Os estudos das relações internacionais aplica-se principalmente a analisar e a explicar as relações entre as comunidades políticas organizadas no âmbito de um território, a saber, entre os Estados. É de toda a evidência que ele precisa levar em conta as relações estabelecidas entre os povos e entre indivíduos que compõem tais povos - intercâmbio de produtos de de serviços, troca de idéias, jogo de influências recíprocas entre formas de civilização, manifestação de simpatias ou de antipatias. (RENOUVIN, 1967, p.5)

Relações internacionais é o estudo de relações entre povos distintos, que se concretiza através de política, interesse econômico e interação social cultural. O Turismo sendo um fenômeno social e econômico internacional se torna um dos essenciais objetos de estudo das relações internacionais, como define Pecequillo, se tratando de interações sociais que vão além de fronteiras:

[...] defini-se como objeto de estudo das Relações Internacionais os atores, acontecimentos e fenômenos que exigem e interagem no sistema internacional, ou seja, além das fronteiras domésticas das sociedades. Trata-se de uma disciplina dedicada à análise do que acontece “no mundo de fora” destas sociedades, avaliando suas interações, o surgimento de novos atores internacionais e os fluxos diversos do cenário mundial. As Relações Internacionais consistem em uma forma organizada de pensar as relações sociais que se estabelecem além das fronteiras dos Estados, fornecendo-nos parâmetros e instrumentais para interpretar e compreender este campo de ação externo. (PECEQUILO, 2004, p.8)

Renouvin (1967, p.11), diz que os estudos das relações internacionais, seja entre relação entre povos ou relação entre Estados, deve ser levado altamente em consideração o meio físico, quase sempre sensível no comportamento dos povos. Quando se procura medidas e modalidades das influências, parece que foram submetidas a ação do homem, que tentou restringir essas relações, decidindo se subtrair, perante as limitações impostas pelas condições naturais.

Já o autor Marcel Merle (apud OLIVEIRA, 1999, p.29) abrange uma visão voltada mais próxima ao Turismo: Às relações internacionais podem ser definidas não em termos das fronteiras que as envolvem, mas em termos das fronteiras que transgridem.

As relações internacionais entre países são indispensáveis para o Turismo, sendo em visão social cultural ou mercadológica. A interação cultural através do Turismo principalmente pode criar laços sociais, que permite a interação através da gastronomia, do esporte, da música, da dança, da literatura e do posicionamento político.

Os países que são considerados “geradores de turismo” é uma categoria que gera informação de extrema importância para países que buscam esse tipo de turismo. Os Estados Unidos e Alemanha são exemplos de líderes de países geradores de turismo. Sendo os Estados Unidos responsável por 15% do total mundial de chegadas internacionais. O turismo emissivo do Japão até o ano de 1964 era pequeno, mas com liberação das restrições monetárias que se deu através de uma forte posição de câmbio exterior, o turismo cresceu de forma rápida. O Japão se revelou o maior crescimento em número de turistas registrados em países estrangeiros, em 1995, seu mercado emissor era de 15 milhões de pessoas. (OMT, 2003, p.31)

O autor Mário Beni (2011, p.22-23) diz que o Turismo é a atividade diplomática e às vezes indireta das relações positivas entre países, gerando acordos muitas vezes em contexto regional. Um exemplo é as convenções internacionais, que se referem a normas firmes que fazem compromisso legal, e medidas regulatórias compreendidas por tratados. Apesar de haver poucas regulamentações internacionais voltadas diretamente para o gerenciamento do Turismo, existe

uma estrutura institucional representativa para a política e o planejamento turístico mundiais, sendo leis internacionais de meio ambiente, patrimônio, comércio, relações trabalhistas e transporte.

1.2 Turismo e Cultura

Já pensou que mesmo não viajando e não frequentando lugares de roteiros oficiais de Turismo, de alguma forma, um dia você acaba conhecendo um estrangeiro ou um descendente? Sendo esse estrangeiro apenas um estudante de intercâmbio, ou por que teve que se mudar a trabalho, que possivelmente decidiu passar um tempo na casa de amigos e família, que simplesmente veio te pedir ajuda para chegar a um determinado lugar ou comprar alguma coisa. E de certa forma ao ligar a televisão você se deparou com filmes estrangeiros na qual mostra lugares incríveis, músicas em outras línguas na qual desperta o encanto e a curiosidade, um restaurante na qual você provou uma comida diferenciada com um nome na qual você não consegue pronunciar, ou mesmo nas roupas que você usa e produtos que consome, que aquele calçado que você ganhou não vende no seu país.

Até mesmo o próprio turista quando decide fazer turismo de massa (turismo de massa são pacotes fechados de agências, que obtêm uma grande proporção de turistas no mesmo espaço), que interage com alguém de um país na qual ele nunca possa ter ouvido o nome. Além do viés econômico, esse é um dos motivos na qual o turismo é um fenômeno social, ele atinge de alguma forma até as pessoas que não o praticam. Como diz Barretto:

O turismo é um fenômeno que cresce e se expande de forma bastante incontrolável e imprevisível através do tempo e do espaço. Em cada momento e lugar que se produz, acontece uma série de relações que sempre são diferentes, em maior ou menor grau, e nunca totalmente previsíveis. Da mesma forma que uma muda de planta rizomática nunca é idêntica à outra. As situações em turismo não se reproduzem, nem sequer no turismo de massa, caracterizado por sua fidelidade a modelos padronizados de comportamento. (BARRETO, 2012, p.11)

Para estabelecer a relação de turismo e cultura, precisamos entender essa diversidade, as diferenças de comportamento entre povos a partir das variações dos ambientes geográficos. A cultura até hoje abre uma vasta discussão do que é a sua definição. É algo material ou imaterial?

São definidas por raças ou etnias? É separada por grupos, em sociedade, por países e continentes? Cultura pode ser apenas a existência de diferenças, e para isso não precisamos nem ao menos ir tão longe no passado, na nossa sociedade civilizada e atual podemos fazer várias comparações.

O antropólogo Roque de Barros Laraia (1932, p.15-16) utiliza exemplos para mostrar as diferentes formas de comportamento, por exemplo, na Inglaterra, para dirigir no trânsito deve-se usar a mão esquerda; pela culinária francesa, onde as rãs e escargots são como iguarias; no Japão era costume que na véspera de ano novo o devedor insolvente praticasse suicídio para limpar o nome da família, o harakiri (ritual de suicídio) sempre foi considerado uma forma de heroísmo, costume comum entre guerreiros, esse mesmo costume justifica os “pilotos suicidas” na Segunda Guerra Mundial e no atentado de 12 de setembro. Na Califórnia a obesidade é considerada indicador de virilidade, mas para órgãos governamentais é considerada deficiência física, que fazem com que eles criem programas de bem estar social. No Brasil a palavra “descansar” é utilizada no significado de morte (fulano descansou, ou seja, morreu). Na Europa o nudismo é tolerado em praias, já no Estado Islâmico as mulheres são obrigadas a andarem de burca, e no mesmo país o adultério pode ser sentenciado à morte ou a anos de prisão. Esses exemplos provam que as diferenças de comportamento, não podem ser restringidas apenas pela mesologia ou pela ecologia.

Para OMT (2003, p.88) eles definem turismo cultural, sendo um segmento de turismo que tem como destaques atrativos como apresentações, museus, mostras, peças teatrais, apresentações de orquestras, etc. Em países desenvolvidos os turistas vão para visitar museus com peças de artes famosas como, por exemplo, o Louvre em Paris. E em países menos desenvolvidos, o turismo cultural pode ser por práticas religiosas tradicionais, artesanato e apresentações culturais. Dizem também que o turismo cultural está ligado com o ecoturismo e utilizam como exemplo o Africatourism, que é um programa baseado na riqueza cultural e ambiente da África, na qual o intuito é ensinar responsabilidade e cuidados com, fauna, flora, cultura, tradição, arquitetura, engenharia, agricultura e indústria. Colocam como uma questão que os destinos menos desenvolvidos na qual o foco é atrações culturais, acabam sofrendo com impactos sociais locais. O turismo cultural permite o encontro entre povos diferentes, cada um com suas ideologias e políticas, dependendo da experiência, pode causar impactos. O turismo cultural também se torna uma forma de proporcionar o enriquecimento mútuo entre culturas, e resolver desavenças.

A relação entre pessoas de costumes diferentes está estabelecida também na educação, independente da questão biológica, racial ou étnica. A cultura ela tem o poder de educar, de somar, e até mesmo de mudar princípios e ideologias de um ser na qual ele já nasce inserido. Por exemplo, uma família brasileira que deixa seus filhos nas mãos de cuidados de uma babá estrangeira, esse contato pode fazer com que a babá transmita para as crianças seus costumes, sendo na forma de agir perante a sociedade, ensinando uma nova língua, ensinando sua religião, criando influências através da música, da gastronomia, e até mesmo nos ideais políticos. Partindo para conceitos específicos sobre cultura, o sociólogo Norbert Elias, retoma o século XVIII na Alemanha, na qual é usado o termo Kultur:

O conceito alemão de Kultur alude basicamente a fatos intelectuais, artísticos e religiosos e apresenta a tendência de traçar uma nítida linha divisória entre fatos deste tipo, por um lado, e fatos políticos, econômicos e sociais, por outro. No conceito alemão de Kultur, em contraste, a referência a "comportamento", o valor que a pessoa tem em virtude de sua mera existência e conduta, sem absolutamente qualquer realização, é muito secundário. (ELIAS, 1994, p. 24)

Então cultura é vista como a forma de comportamento de uma comunidade ou indivíduo, um comportamento realizado em busca dos ideais na qual o grupo por um todo se identifica.

Podemos dizer que cultura é tudo aquilo que não é natureza: Por sua vez, toda ação humana na natureza e com a natureza é cultura. O mar é natureza, mas a navegação é cultura. As árvores são natureza, mas o papel que elas provêm é cultura. Em resumo: tudo que é provido pelo ser humano é cultura. (VANNUCCHI, 1999, p. 23)

Vannucchi (1999, p. 27-28) também discute sobre as diferenças formas antropológica de como a cultura é vista durante os tempos, destacando quatro tendências: Cultura vista como sistema de padrões de comportamento através de organizações políticas, econômicas, de tecnologias, em adaptação, e do relacionamento humano com seus respectivos ecossistemas; Cultura é o conhecimento da realidade, como um código mental de grupo, não um fenômeno material mas cognitivo; Cultura vista como um sistema estrutural, onde o eixo de tudo é a bipolaridade natureza-cultura, na qual os pontos de sua concretização é o mito, a arte, a língua e o parentesco; Há os que entendem cultura como sistema simbólico de um determinado grupo humano, esse sistema só pode ser apreendido por outros grupos através da interpretação e não por mera descrição.

O sociólogo Maurice Halbwachs (apud BARRETTO, 2000, p.45) conceitua cultura como memória coletiva, que se refere á uma memória compartilhada, exterior ao indivíduo, que é passada através do tempo que guarda eventos importantes, essa memória é o invólucro das memórias individuais, sobre os fatos acontecidos na sociedade que o indivíduo pertence.

Segundo Barretto (2000, p.45) a cultura tem haver com a identidade, que nos tempos modernos ela passa a ser flexível, passando por mudanças e inovação, dependendo da relação que se estabelece com os outros. Na pós modernidade existe a fragmentação, na qual o indivíduo possui várias identidades, que coexistem e se manifestam em diversos fatores, sendo eles internos ou externos pela qual o indivíduo está inserido. Apesar de ser moldado pela sua história e pelo seu inconsciente, o indivíduo não tem um comportamento nem postura sempre iguais ao decorrer de sua vida.

Essa identidade coletiva que é criada através do tempo, contando uma história de uma sociedade, moldando um indivíduo através de costumes e ideologias que se caracteriza como cultura, pode ser somada com outras identidades. Essa soma de identidade é uma das consequências do turismo, o turista pode se identificar mais com uma cultura estrangeira do que com a cultura na qual ele nasceu inserido, não significa que ele perderá as sua identidade raiz, mas sim que ele somará a sua identidade com outra. Muitos autores, dizem que por meio do turismo essa soma de identidade tem como consequência a globalização, podendo transformando a cultura em bens de consumo. Porém a troca de cultura entre países pode ser valorosa, não apenas para o turismo, mas também para fortalecer a cultura de cada país em sí, agregando valor e orgulho ao indivíduo pela própria história, ao compreender que sua cultura também é valorizada por outros, como diz Barretto (2000, p.47): “A recuperação da memória coletiva, mesmo que seja para reproduzir a cultura local para os turistas, leva numa etapa posterior, inexoravelmente à recuperação da cor local e, num ciclo de realimentação, a uma procura por recuperar cada vez mais esse passado”.

O que nos leva a pensar sobre a valorização do nacional e do tradicional, o que nos distingue de outras culturas é o nosso tradicionalismo, a diferenciação do comportamento social. Na qual nos leva pensar que o Turismo de certa forma pode tornar o nacional em economia mundial, podemos tomar como exemplo MCDonald's e a Coca Cola, que são empresas americanas que se tornaram multinacionais, e são empresas que se tornam impossíveis de não serem encontradas no Turismo. Como diz Vannucchi:

No debate cultural contemporâneo, outra dualidade precisa ser considerada, a saber, o nacional em face do multinacionais e/ ou transacional. É imprescindível identificar e explicar a nacionalidade incluindo a realidade econômica além dos valores espirituais passados e presentes. Nacional será, então, o que existe e ou produz dentro de determinado quadro econômico. Mas a dinâmica do capitalismo, impondo sempre novos mercados, novos produtos e novos consumidores, extrapola as fronteiras regionais, criando uma área econômica-cultural globalizada, terrivelmente amplificada pela telemática e por todos os meios de comunicação de massa. (VANNUCCHI, 1999, p. 40)

O Brasil é um país que para cada região tem uma identidade cultural muito forte, para cada estado, a diferenciação da pronúncia de falar o português, a mudança de significados das palavras, como “biscoito” e “bolacha”, a gastronomia sempre se diferenciando através de; temperos, castanhas, frutas; as danças e músicas, remetendo á acontecimentos históricos e religiosos, a arquitetura que sempre remete aos tempos de colonização no Brasil, o futebol, o carnaval, o samba etc. O Turismo cultural no Brasil demonstra que o país é muito além dos atrativos, que para muitos se resume á sol e praia. Como diz Manzato (2004, p.129.): “A diversidade da cultura brasileira e o desejo de conhecer o outro em suas características étnico-culturais serão o principal fator motivacional do turismo cultural. Constituir-se á como o atrativo turístico responsável pela procura e realização de um turismo cultural”.

Segundo Andrade (2002, p.89), o turismo é de fato um fenômeno econômico e social, investimentos que são utilizados para parques temáticos e meios de hospedagem chegam a ultrapassar 5 bilhões. E nos setores tradicionais geram poucos empregos, tendo a tecnologia e a automação, já no turismo surge o setor de serviços, detendo do entretenimento e do lazer, gerando mão-de-obra. No turismo, o segmento de eventos tem uma política bem implementada, é a melhor ferramenta para a distribuição de fluxos, aumentando a sazonalidade e criando uma melhor imagem da região.

1.3 Turismo e Eventos Culturais

O Turismo é fenômeno econômico que possui uma vasta segmentação de mercado, cada segmento atende a diversos tipos de gostos e público, quanto mais diferenciado e específico, mais as chances de atrair o público desejado, e se destacar de competidores de mercado. Neste trabalho iremos tratar sobre a segmentação de eventos no turismo, pelo fato de que através de eventos a

cultura pode ser fortemente celebrada de forma concentrada, reunindo várias pessoas na qual tem um interesse semelhante e curiosidade em apreciar outra cultura. A cultura pode ser manifestada de várias formas, e quando um grupo social está distante da sua cultura natural, é necessário expressar de forma saudável seus costumes e crenças, para fortalecer a identidade cultural do grupo, e também para criar laços entre os povos. Segundo Vieira:

Os eventos são acontecimentos efêmeros promovidos por qualquer tipo de empresas, organismos e instituições, organizados para comemorar uma data, para divertimento dos participantes ou por qualquer outra razão relacionada com a sua vida, a vida das empresas, a vida das cidades ou a vida de uma comunidade local, regional ou nacional. (VIEIRA, 2015, p.18)

Então evento é a celebração de algo, que gera viés econômico, podendo ser temático através da escolha dos organizadores e idealizadores, podendo representar uma pessoa um grupo ou uma nação.

Eventos é desde o começo do turismo a atividade na qual motivou a maior parte de turista a sair de seu estado ou país de origem para celebrar e participar de comemorações. Um dos primeiros acontecimentos que conceituaram turismo de evento foram os Jogos Olímpicos da Era Antiga, dados de 776 a.C. Os jogos aconteciam na Grécia a cada quatro anos e possuíam um viés religioso, na época que os jogos ocorriam era estabelecida trégua entre os países e nenhum tipo de desavença e combate era travado. A partir desses eventos, foi que começou a criação de hospitalidade, pois acreditavam que existia a presença de deuses, então era necessário que se bem tratasse os frequentadores e novos visitantes. O sucesso dos Jogos Olímpicos era tanto quem fez com que os outros países comesçassem a criar os seus próprios jogos a serem celebrados. Outro marco eram festas Saturnais, 500 a.C, na qual se derivou, por exemplo, o carnaval. Esses e outro marcos contribuíram imensamente para o turismo, pela manutenção da infra-estrutura dos espaços e pela disseminação da diferença cultural entre os povos e sua hospitalidade. (MATÍAS, 2014, p.17-18)

Outro marco importante para este estudo é sobre eventos comerciais e feiras, sendo uma das formas mais importantes na Idade Média de comércio. Surgiu pela necessidade das pessoas de se alimentar, conhecer uma nova receita, expandirem a gastronomia, de se vestir e de se armar. Durante o período de férias, guerras e desavenças eram suspensas, a idéia era que pudessem permitir que os eventos acontecessem para ajudar no comércio e para haver trocas. As feiras

criavam tendência de mercado, mostrando o que era produzido, o que era novidade, das mais antigas registradas é a feira da região de Champagne na França, datam de 427 a.C. As principais feiras eram: Lagny (Seine-et-Marne), Bar-sur-Aube (Champagne), Provins e Troyes. A duração de cada feira era de 6 a 7 semanas e o mercado internacional era movimentado praticamente durante o ano inteiro. O mercado internacional e atacadista era dominado pelas feiras, possibilitando a troca de intercâmbio, renovando moda, e destacando as novidades de produtos. (MATÍAS, 2014, p.27)

Eventos que promovem comércio de diferentes países, tendem a despertar a curiosidade do indivíduo em melhor conhecer a forma de vida social de outros povos. Além de contribuir para a melhoria social do estado e país na qual o evento é efetuado é um grande gerador de alianças.

O autor Hoeller diz (1999, p.77):

Os eventos são um potencial multiplicador turístico(...) ajudam a reduzir sensivelmente a sazonalidade, criam uma imagem positiva da cidade, mobilizam o “trade” turístico, e por consequência, os prestadores de serviços, geram empregos e renda de imediato proporcionando o ingresso de divisas para o país, estado ou cidade. (HOELLER, 1999, p.77)

Outro destaque se dá por meio da importância do giro da economia. Evento para o turismo é uma “arma essencial” para dar equilíbrio econômico e gerar a interação e parcerias com outros países. Criar laços de mercado.

O autor Vieira destaca:

Em primeiro lugar, os eventos atraem participantes turistas cujos principais atos econômicos praticados são atos turísticos nomeadamente a compra de serviços fornecidos por empresas turísticas como o alojamento, a alimentação e o transporte. Por outro lado, o facto de um evento se realizar num determinado destino retém nesse destino participantes aí residentes que, se o evento não se realizasse, iriam gastar noutro país ou fora da região onde se localiza o evento, parte do seu rendimento. É o efeito de retenção pouco estudado, mas que parece poder ter uma importância significativa sobretudo no caso de grandes eventos realizados em centros urbanos como uma Feira Internacional, uma Exposição Mundial ou um grande evento desportivo ou musical. Em segundo lugar, o turismo pode contribuir para o sucesso dos eventos apoiando os mais complexos e dispendiosos, dando cobertura à sua divulgação no estrangeiro e suporte institucional aos seus promotores e organizadores. (VIEIRA, 2015, p.22-23)

Através dessa perspectiva podemos partir para as definições que são importantes para identificar que tipo de evento é o objeto de estudo deste trabalho. O Festival do Japão Brasília se

encaixa em algumas categorias de eventos, sendo um evento na qual propaga a cultura de um país extremamente distante do Brasil, visando a troca de novidades, a venda de produtos, a gastronomia, a música e dança, o esporte e as artes. Para a definição do Festival do Japão Brasília destacam-se dois segmentos na qual a autora Hoeller vai delimitar as seguintes funções:

Festival: evento normalmente artístico, com apresentações inéditas ou não, previamente selecionadas, com o objetivo de competição, divulgação ou promoção comercial, nem sempre periódico. Por exemplo, o festival de música popular, de jazz, de cinema, teatro e outros.

Feira, exposição e mostra: eventos que objetivam a exibição pública de produtos ou serviços que normalmente se destinam a um público determinado ou a parte dele. A feira, exposição ou mostra pode ter caráter comercial, cultural, artístico, esportivo, técnico, científico etc., e seus objetivos são a divulgação, o lançamento de produtos ou serviços, o estabelecimento de relações com os concorrentes, o atendimento de clientes reais e potenciais, a criação de conceito a imagem favoráveis, as comparações com os concorrentes, a validade em participar, naturalmente, a venda direta ou indireta do que está sendo exibido nos diferentes estandes, tanto para o mercado interno como para o internacional. A única diferença de feira para exposição e a mostra é que as duas últimas o que está sendo exposto ou mostrado pode ou não estar a venda pode ser itinerante, ou seja, é a “ida” da organização e de seus produtos e/ou serviços até o público-alvo. (HOELLER, 1999, p.78-79)

Na concepção de Andrade (2002, p.47-48), o festival se encaixa na categoria de internacional, na qual 20% dos participantes representam outro continente que não é aquele na qual se realiza o evento. E regional na qual reúne participantes de determinada região de um país, de um continente ou do mundo.

Através dessas funções, o Festival do Japão Brasília, tem como temática homenagear a história de imigrantes que vieram ao Brasil trabalhar nas fazendas de café. É uma forma dos descendentes japoneses de lembrar os sacrifícios e trabalho árduo que seus antecessores passaram no Brasil durante os anos de imigração.

1.4 Relação Brasil e Japão, e Seus Acontecimentos Históricos

Para entender a relação Brasil e Japão, é necessário tratar de situações políticas e diplomáticas, entre marcos na história que estabelece a relação que persiste até os dias de hoje, com exceção ao período da Segunda Guerra Mundial.

O professor Masato Ninomiya (1996, p.245) da faculdade de direito da Universidade de São Paulo, fala que pela longa distância geográfica entre os dois países, e pela política mais “isolada” adotada pelo Japão no século XVII e meados do século XIX, pode-se afirmar que os japoneses pouco sabiam sobre o Brasil. Apesar de pouco contato, encontraram no léxico japonês palavras de origem da língua portuguesa, onde se encontra palavras como “biombo”, e que de certa forma alguns brasileiros tiveram conhecimento sobre o Japão perante o relatório escrito por Marco Polo e o canto X dos Lusíadas que fala sobre o Japão. E vários outros marcos iniciais como; o diplomata Ryoji Noda que mencionou no programa da Rádio Japão em língua portuguesa, quatro naufragos que foram encontrados na Rússia, que estiveram em Nossa Senhora do Desterro (atual Florianópolis, SC), o primeiro brasileiro a visitar o Japão foi Francisco Antônio de Almeida, cientista enviado pelo governo imperial brasileiro em missão de observação do planeta Vênus. O marco importante foi o tratado de amizade, comércio e navegação entre o Brasil e o Japão que foi celebrado em Paris no dia 5 de novembro de 1895, entre os ministros e o governo francês.

Depois da sua missão na China, o contra-almirante Arthur Silveira da Mota ficou três semanas no Japão, recebido pelo vice-ministro de Negócios Estrangeiros, Kagenori Ueno, demonstrou a vontade do seu governo em celebrar com o Brasil um tratado de amizade, comércio e navegação diferente dos tratados até então celebrados com outros Estados. A situação do Brasil e Japão no final do século XIX, na qual a preocupação do Japão nesse período era a renegociação dos “tratados desvantajosos” na qual foi celebrado pelo governo feudal de Tokugawa com as potências ocidentais. Esses foram tratados negociados a partir de 1858, com os Estados Unidos, Reino Unido e França, Holanda, Rússia, que não consideravam o Japão como um país civilizado. Sem o tratado, não era admitido que o Japão julgasse os estrangeiros que cometiam crimes no seu território, os criminosos só poderiam ir a julgamento consular, que resultava em injustiça, pelo fato de que os países na qual os criminosos pertenciam conduziam parcialmente os julgamentos favorecendo sua própria política, sem levar em consideração a do Japão. (NINOMIYA, 1996, p.246)

O Japão também não podia fixar o índice de taxação de produtos estrangeiros que iam para o mercado japonês, e os produtos que o Japão exportava sofriam taxações das alfândegas estrangeiras. Na época o novo governo do Japão tentava renegociar os “tratados desvantajosos”, mas não tinha resultados. Tempo depois o governo japonês procurou negociar com base na

reciprocidade, para restabelecer os tratados que já existiam. O México foi o país na qual o Japão conseguiu estabelecer o tratado, os dois ainda não possuíam nenhuma relação diplomática. Após o tratado com o México, as negociações ocidentais começaram a se fortalecer, principalmente após a guerra contra a China em 1895. O próximo a seguir com o tratado foi o Reino Unido seguido dos Estados Unidos. A questão da alfândega só foi ser resolvida em 1911. Após esse contexto o interesse do Brasil e do Japão aumentou movido pela questão imigratória. No Brasil, os escravos haviam sido liberados através da Lei Áurea de 13 de maio de 1888, antes da lei, os fazendeiros estavam inseguros em relação a mão-de-obra na lavoura, e buscaram substituir os escravos por imigrantes estrangeiros vindo da Europa. Nessa época a entrada de asiáticos era proibida pelo decreto 528 de 28 de junho de 1890. Então os fazendeiros de café, fizeram pressão para que pudessem haver imigrantes chineses. (NINOMIYA, 1996, p.247)

No governo de Floriano Peixoto, a lei 97 de 5 de outubro de 1892, foi abolida a proibição, permitindo a entrada dos japoneses em território brasileiro. O ministério das Relações Exteriores reagiu à situação, vendo se possível negociar termos de um tratado entre Brasil e Japão. O ministro japonês visconde Yasushi Nomura, em consulta o seu governo viu a possibilidade de negociar o tratado baseado na reciprocidade. O Brasil queria celebrar com o Japão um tratado que fosse parecido aos termos que o Japão já havia celebrado com outras potências, que viriam com privilégios e imunidade a seu favor. A resposta do Japão não foi diferente, o visconde Nomura, comunicou que o governo imperial estava disposto a celebrar um tratado com os mesmos termos do tratado assinado com o México em 1888. O Brasil declinou, ao tratado. Tempo depois com a posse do terceiro presidente Prudente de Moraes, o seu ministro das Relações no Exterior, Carlos Augusto de Carvalho, em Paris, consultou o seu colega japonês se ainda era possível fazer um tratado de reciprocidade, na qual o atual presidente já havia se interessado, e que a celebração do tratado deveria ser em Paris entre os representantes dos dois países, sendo eles Arouske Soné do lado japonês, e Gabriel de Toledo Piza do lado brasileiro. (NINOMIYA, 1996, p.248)

A razão na qual mudava o interesse brasileiro pelo tratado, foi devido a receber imigrantes na qual deveria resolver a questão de mão-de-obra nas fazendas de café, na qual se imagina que Prudente Moraes, o primeiro paulista a ser eleito presidente da república, havia prometido mais braços para seus amigos fazendeiros de café do estado de São Paulo. Já o Japão, queria diminuir o alto índice demográfico. Com a abertura dos portos, o Japão começou a enviar

seus emigrantes para o exterior, sendo a primeira leva para o Havaí, depois para os Estados Unidos e Peru no século XIX, e por depois para o Brasil em 1908, que data os primeiros imigrantes japoneses no Brasil. Mesmo que o contato inicial ainda feito em 1894, as negociações paralisaram devido à falta de instruções do governo, pois o Japão enfrentava períodos de dificuldade. O ministro brasileiro e o secretário japonês Tadasune Kato, se encontram para transmitir a permissão recebida por Tóquio, para que continuassem com as negociações, porém só se efetivaram tempo depois quando foi dado ao poder para ambos os representantes dos países de assinar o tratado. O tratado foi primeiro apresentado pela parte japonesa, na qual já havia diferença dos tratados com outros países, a duração que era de costume cinco anos, já vinha descrita como doze anos na qual recebeu o consentimento brasileiro. Houve divergência entre as partes, na qual o Brasil nomeava “agentes comerciais” que constava no texto convencional, no artigo que correspondia a relações consulares. O Japão exigiu que excluísse a nomenclatura, porque ela não constava em outros tratados de outros países, porém com o tempo a nomenclatura foi alterada foi ajustada para “agentes consulares”. E por fim, em 5 de novembro de 1895 em Paris, entre os representantes dos dois países, celebrado na língua portuguesa, japonesa e francesa, foi assinado o Tratado de Amizade, Comércio e Navegação entre o Brasil e o Japão. (NINOMIYA, 1996, p.250)

1.5 Os 110 Anos da Imigração Japonesa no Brasil

O dia 18 de junho é uma data importante para Japoneses e descendentes que moram no Brasil, uma data que é comemorada todo ano desde 1908, pelo fato de ser a data em que chegaram a Santos os primeiro imigrantes do navio Kasato-Maru. Segundo o relato de Rokuro Koyama (imigrante que veio no navio) relatou que o navio chegou na noite de 17 de junho, mas pode atracar apenas pela manhã do dia 18, na descida do navio os tripulantes abraçavam os imigrantes antes do desembarque. Após 12.000 milhas de viagem e passar a noite de inverno do Estado de São Paulo, finalmente desembarcavam em Santos, apesar das comemorações, percebia a tristeza dos imigrantes ao se despedir do navio Kasato-Maru. Ao despertar do sol, 18 de junho é registrado no Kasato-Maru Kôkainisshi (Diário de Navegação do Kosato-Maru), Ryo Mizuno tinha 50 anos, era Diretor Presidente da Kôkoku Shokumin Kaisha (Companhia Imperial de

Emigração), que viajava com os imigrantes, era quinta feira chegada às docas 17 horas, velocidade: 22 milhas, total: 12.000 milhas. O exame de saúde terminou rápido, subiram a bordo a comitiva de recepção, composta por Arajiro Miura, intérprete da Legação Japonesa, Teijiro Suzuki, secretário de hospedagem da secretaria de São Paulo, Rafael Monteiro, Companhia Imperial de Emigração, e Takeo Goto, funcionário da casa Fujisaki de São Paulo. (TOMOO HANDA, 1987, p.3)

800 imigrantes eram recebidos com rojões que explodiam no céu e balões que flutuavam, seu desembarque foi feito às 7 horas do dia seguinte, os imigrantes carregavam bandeiras japonesas e brasileiras, tiveram a ilusão de que os brasileiros estavam dando as boas vindas. A curiosidade do povo brasileiro, era sobre como se vestiam os japoneses, um jornalista do Correio paulistano, publicou que homens e mulheres estavam vestidos à européia, os homens de chapéu e boné, alguns usavam no peito um brasão, foram soldados (russo-japoneses) na guerra, as mulheres de saia e camiseta que ia por baixo da saia presa por cinto, e chapéu de senhora bem simples, luvas brancas de algodão, os penteados eram o que os brasileiros já tinham visto representados nas pinturas japonesas, ambos usavam também botinas e sapatos, todos usavam meias. (TOMOO HANDA, 1987, p. 4-5)

Os imigrantes embarcaram no trem que deu a partida às 10 horas, com uma duração de três horas de viagem até a Hospedaria de Imigrantes de São Paulo, a hospedaria tinha a aparência de um quartel e podia abrigar cerca de 2.000 imigrantes. Os imigrantes foram recebidos por funcionários, pelo diretor e por cinco intérpretes japoneses: Massaru Mine, Motono Ohno, Umpei Hirano, Junnosuke Kato e Takashi Nihei. Era servido no refeitório pão, sopa de bacalhau e batatinhas, consideradas na época como homenagem aos japoneses, já que o de costume era caldo de carne e pão. E era de se admirar a limpeza que o refeitório ficou após o término das refeições, não se encontrava uma ponta de cigarro ou cuspe que de costume era deixado por imigrantes de outros países. A situação da hospedagem era precária, somente casais dormiam em camas de ferro da cor de chumbo, e dormiam em cobertas de algodão, já os solteiros dormiam em tábuas estendidas sobre o chão, sofrendo por ataques de percevejos. (TOMOO HANDA, 1987, p.8)

Durante a estadia, já haviam sinais de que os japoneses começavam a sofrer com a má adaptação:

Antes de se estabelecerem de maneira definitiva em seus próprios lotes, regra geral, os recém chegados passam semanas ou meses nas hospedarias improvisadas, sem acomodação adequada. Justamente nesse período é que observamos os casos de disenteria e de amebíase que vitimam os recém-chegados, sendo muitas vezes fatais nas crianças. Não raro também, são os casos de aborto e partos prematuros entre mulheres. Igualmente os recém-chegados sofrem com a picada de insetos nocivos. A inflamação da pele é produzida pelo menor contato com as plantas urticárias e pela picada de formigas, borrachudos e outros insetos. Esse fenômeno de dermatose é, porém passageiro, desaparecendo depois de 6 meses a 1 ano. (SAITO, 1961, p. 85, 86)

Já a reportagem do Correio Paulistano, soltava vários elogios sobre os japoneses, admirando a paciência e organização perante á tudo, a reportagem dizia:

São muito dóceis e sociáveis, tendo manifestado uma grande vontade de aprender a nossa língua, e no refeitório não deixaram cair um grão de arroz ou uma colher de caldo. Depois de cada refeição, que dura de uma e meia a duas horas, o pavimento do salão está como antes della. Os dormitórios quase não precisavam ser varridos, mal se encontrando de longe em longe um pedacinho de papel ou um fósforo queimado, que algumas vezes são dos serventes da hospedaria [...].Têm nas suas mulheres a maior confiança, a ponto de, para não interromperem uma lição adventícia de português, lhes confiarem a troca de seu dinheiro japonês em moeda portuguesa, pois todos trazem dinheiro: 10 yens, 20, 30, 40, 50 ou mais yens, mas todos trazem um pouco” (HANDA, 1987, p.9)

Na época não era de costume dos brasileiros confiar seu dinheiro e sua carteira as esposas, e muitos japoneses tiveram que armar um casamento para poder validar a sua documentação, então além de já estarem a mil passos de diferenças entre igualdades de homens e mulheres naquela época, tiveram que se desfazer de seus princípios para poder viajar para o Brasil. E o Correio Paulistano ainda soltou essa:

Se forem aplicados no trabalho o costume e o temperamento do imigrante japonês, tão asseado, ordeiro e dócil, a riqueza paulista terá no japonês um elemento de produção que nada deixará a desejar... A raça é muito diferente, mas não é inferior. Não façamos antes de tempo, juízos temerarios a respeito da ação do japonês no trabalho nacional. (HANDA, 1987, p.11)

Os japoneses acreditavam muito na função de poder público, na qual naquele momento que eles estavam sobre proteção, e mesmo como dizia o jornalista do Correio Paulistano “raça não é inferior” e vistos inicialmente pelos brasileiros, antes mesmo de embarcarem no Brasil como “mão-de-obra”, durante a separação de bagagens muitos imigrantes foram roubados pelos funcionários, ao se deparar com funcionários tirando um lenço de seda colorido com estampa de gueixa e colocando no próprio bolso. Funcionário público deveria servir ao público, e espantava

ao japonês vê-los roubando com tanta naturalidade. E durante a sua passagem pela alfândega não foram registradas se que ver uma reclamação de mentiras, e foram admirados até pela sua paciência e calma durante a verificação das bagagens. (TOMOO HANDA, 1987, p.11)

Logo mais os imigrantes foram separados em seis grupos e acompanhados pelos intérpretes que os levaram para as fazendas na qual iam trabalhar. Ao chegar nas fazendas o que se encontrava de alojamento era de se decepcionar, o local de dormitório era antigas senzalas e manjedouras um pouco modificadas, que era usado para o gado. O local de dormir era o chão de terra batido, e como lençol era usado capim seco. Aquela situação era deplorável, uma grande falta de respeito, até os imigrantes acostumados com a pobreza no Japão nunca tinha estado naquela forma. (TSUGUIO SHINDO, 1930, p.11)

Em uma das fazendas não havia nem choupanas e os imigrantes tiveram que cortar árvore na mata, fazer um cercado e forrar com capim. Eles pensavam que deveria ser algum engano, pois foi prometido que o pé de café iria enriquecer eles, e logo poderiam voltar ricos para o Japão. Quando foi feita a proposta de trabalho no Brasil, foi prometido poder receber 1 iene e 20 ienes por pessoa a cada dia de trabalho, multiplicando o valor por 3 teriam 3 ienes e 60 sens por família. No primeiro dia de trabalho, todos acordaram às 3 horas e foram ao cafezal, homens carregavam a escada e mulheres e filhos levavam a comida, como no Brasil não nevava eles pensavam em adiantar o trabalho para obter ganho, e deixaram de pensar na situação precária de moradia para focar no trabalho. Naquela época, 1908, a safra de café não estava boa, como houve um atraso da Companhia Imperial de Colonização na partida dos imigrantes do Japão, a frutificação do café já estava no fim, o que dificultou a colheita. Apesar de três membros da família de dedicar ao máximo, só conseguiam colher de uma saca a uma saca e meia, uma saca de café recebiam cerca de mil réis (65 sens), para cada membro da família saía 22 sens, muito diferente do que haviam prometido antes. Logo mais os capatazes das fazendas acordam os japoneses com revólver pendurado na cintura e chicote, como forma de ameaça, e tocavam sinos, logo já iam correndo para o cafezal para colher e peneirar os frutos que caíam na terra roxa. Muitos tinham que pedir empréstimos para os donos da fazenda, pois não aguentava viver em situações precárias. (TSUGUIO SHINDO, 1930, p.12)

No contrato de imigração do Governo do Estado de São Paulo e a companhia de Emigração constava que os imigrantes deveriam assumir suas despesas perante o governo e perante aos fazendeiros, as despesas que o governo cobrava pela viagem era de; para maiores de

12 anos: 10 libras, para maiores de 7 anos e menores de 12 anos: 5 libras, para maiores de 3 anos e menores de 7 anos: 2,10 libras. E os fazendeiros deveriam reembolsar o governo, sendo; maiores de 12 anos: 4 libras, maiores de 7 anos e menores de 12 anos: 2 libras, maiores de 3 anos e menores de 7 anos: 1 libra. (TOMOO HANDA, 1987, p.14)

O trabalho era árduo deixando os imigrantes subnutridos, trabalhavam desde de o amanhecer até o anoitecer, na época haviam passado apenas vinte anos, após a liberação dos escravos. Durante a escravatura, os escravos eram “propriedade” dos fazendeiros, mas os imigrantes japoneses só tinham que trabalhar até o final da vigência do contrato, assim que acabasse o contrato, os japoneses ficariam livres e poderiam ir onde quisessem, por isso os fazendeiros exploravam ao máximo da mão-de-obra dos imigrantes. (TSUGUIO SHINDO, 1930, p.14)

Os imigrantes também sofreram com a adaptação ao Brasil, devido ao clima, alimentação, trabalho braçal e a situação precária que se encontravam nas fazendas, muitos tiveram sua saúde ameaçada, adquirindo doenças endêmicas. Muitas fazendas por serem em locais agrícolas, eram distantes de hospitais, fazendo muitas vezes com que os fazendeiros contratassem médicos para ir às fazendas. A malária causou estrago naquela época, hoje a malária não é uma doença que tem perigo mortal devido a melhorias de saúde pública e desenvolvimento da medicina, porém por volta de 1920, época dos primeiros imigrantes, no estado de São Paulo e arredores a malária causou a morte de vários nipônicos, deixando profunda cicatriz na história dos japoneses no Brasil. Em 1924-25 houve a infestação da malária em Ourinhos, 140 famílias japonesas de 164 contraíram a doença, no total de 608 infectados com a doença 43 morreram. No mesmo ano entre as 326 famílias com 1.319 imigrantes que trabalhavam em 23 fazendas de café na Estrada de Ferro Paulista, 760 foram contagiados, levando a 16 casos de morte. Na Colônia Hirano, na qual foi o primeiro núcleo fundado pelos imigrantes japoneses, em 1915, mais de 80 famílias em uma fazenda de café na zona Mogiana contagiadas. No ano seguinte em apenas alguns meses, 80 pessoas morreram, todos causados pela malária. (HIROSHI SAITO, 1961, p.79-80)

Os Japoneses são acostumados a comer comida sem gordura e se manter sempre de forma higiênica e organizada, sem falar no grande choque de cultural, fez com que sofressem uma série de desventuras na sua história no Brasil:

Além da malária, os imigrados do I Período sofreram de tuberculose, doenças mentais, tracoma, leishmaniose, amebíase e verminose (...) Os casos de anomalia mental também são numerosos subindo a centenas o número de internados nos manicômios. Em geral, trata-se de casos de nevrose e de esquizofrênicos, vítimas de choque cultural cuja ocorrência entre os imigrantes é conhecida largamente pelos especialistas. (SAITO, 1961, p.82)

Muitos se revoltaram e exigiram que a Companhia de Colonização cumprisse com que tinha sido prometido, a Companhia de Colonização não tinha recursos para ressarcir os imigrantes, e muito menos para acalmá-los. Os intérpretes de cada fazendo também nada podiam fazer. Contabilizando os imigrantes que foram destinados às seis fazendas 219 pessoas das 51 famílias que iriam á Fazenda Dumont, depois de dois meses de trabalho, chegaram a abandonar a fazendo e voltar para a Hospedaria dos Imigrantes. Houveram em outras fazendas contabilizadas fugas durante o período da noite. Diziam ser enganados pela Companhia de Colonização e não iriam cumprir o contrato. Surgiram boatos que muitos imigrantes estavam comprando pregos e preparando bombas, guardas noturnos chegaram a fugir aterrorizados ao vez os japoneses fazendo onigiri (bolinho feito de arroz) e pensavam que era bomba, pela fumaça branca que soltava. (TSUGUIO SHINDO, 1930, p.14-15)

Contudo muitos brasileiros, principalmente nordestinos, vizinhos dos imigrantes, que viram a situação na qual passavam, ajudavam ensinando remédios caseiros com ervas e raízes, muitas vezes ajudando com picadas de animais nocivos, assim também como japonesas que vinham com o conhecimento de parteira, chegaram a realizar partos em brasileiras. Mesmo com essa relação, os nipo-descendentes não deixaram de sofrer por diversos motivos:

Casos de óbito foram ao todo 12, nos grupos estudados. Em Dourados, entre 55 famílias, 267 pessoas, registraram-se 5 casos de morte durante os dois anos após o estabelecimento; 3 meninas de 2, 3 e 12 anos, vítimas de disenteria, logo após a chegada; 1 mulher de 33 anos, vítima de uma febre ignorada; 1 chefe de família, de 55 anos de idade, que faleceu de câncer. Em Una, registrou-se apenas um caso de natimorto. Em Monte Alegre, num grupo de 80 famílias, 487 pessoas, desde 1953 registra-se 6 óbitos: 2 casos de suicídio, um por envenenamento, outro por enforcamento, sendo ambos mulheres casadas de 27 e 37 anos de idade, respectivamente; o quinto quinto falecimento foi o de um rapaz que durante as derrubadas foi esmagado; o sexto foi de um chefe de família, 32 anos, morto subitamente, vítima, segundo afirmam, de hemorragia cerebral. Todos esses casos, exceto o de câncer, não foram assistidos por médico. (SAITO, 1961, p.86).

Apesar de tudo o que aconteceu de todas as dificuldades e condições precárias que os japoneses se depararam no Brasil, muitos deixaram de lado a tristeza devido ao grande número de vítimas, e se dedicaram a ir a conquista do que desejavam.

Em São Paulo, os imigrantes se firmaram ao longo das Estradas de Ferro Paulista, Mogiana e Sorocabana, e com o tempo o número de imigrantes japoneses foi aumentando, prolongando para as linhas Noroeste e Sorocabana, e assim foram se espalhando cada vez mais pelo interior dos estados de São Paulo, Paraná, Amazonas, Rio de Janeiro e Mato Grosso. Alguns se tornaram pequenos proprietários, outros desistiram de trabalhar na agricultura, também preocupados com a melhor educação dos filhos, decidiram trabalhar nas indústrias, alguns no seu próprio comércio e na pesca. Entre os anos de 1924 e 1940, quando cessou a imigração, o número de imigrantes japoneses no Brasil somava em 132.729 pessoas. (TSUGUIO SHINDO, 1930, p.78).

O Brasil conhecido como um país colonizado por diversas “raças” devido a história de imigrantes e colonização, logo foi se tornando um país com uma grande diversidade de língua e cultura, acabou havendo certas intrigas e atritos, justamente pela grande diferença cultural do brasileiro com o japonês.

No ano de 1923 o deputado federal Fidélis Filho, fez um projeto na qual queria a proibição da entrada de negros e os de raça amarela, incluindo os japoneses, ele apresentou o projeto ao Congresso Nacional citando os motivos de: japoneses se diferenciam muitos racialmente de brasileiros; a língua os hábitos e costumes japoneses eram opostos aos dos brasileiros, dificultando a assimilação; as colônias de japoneses que começavam a se estabelecer no Brasil poderia trazer futuros problemas; consideravam os japoneses muito militaristas (podemos considerar como “medo” dos japoneses tomarem conta de territórios Brasileiros, e considerando as vitórias dos japoneses nas guerras russo-japonesas e sino-japonesas), (TSUGUIO SHINDO, 1930, p.80).

Após 11 anos, no ano de 1934 na Constituição Brasileira foi aprovada a lei dos “dois por cento” que restringia à 2% a número de nacionais de outros países no Brasil em 50 anos, logo o número de imigrantes no país diminuiu, antes contabilizava-se a entrada de 20.000 japoneses por ano no Brasil, porém o limite da entrada de imigrantes japoneses no Brasil foi restringido à 2.894, que logo foi arredondada para 3.000 pessoas por ano. Logo os imigrantes que chegavam

ao país e não podiam entrar por conta da lei, era mandado para o país vizinho Paraguai. (TSUGUIO SHINDO, 1930, p.83).

1.6 Os brasileiros no Japão

A geógrafa Rosa Ester Rossini (2004, p.2-3, 6) realizou um estudo na qual é analisado a situação dos brasileiros no Japão, com uma estimativa de 250.000 a 300.000 migrantes do Brasil que moram no Japão. Os brasileiros são a terceira nacionalidade estrangeira que mais reside no Japão, perde apenas para chineses e coreanos. Os dekassegus (termo japonês referente aos que trabalham longe de sua terra natal, ou trabalham distante casa) brasileiros, são contratados para diversas atividades no Japão, os trabalhos comuns são: hotelaria, setor alimentício, firmas de limpeza, serviços de peças elétricas e eletrônicos, escritório, construção civil, indústria de peças de carro, guardas de segurança, acompanhante de idosos, carregador de campo de golfe entre outros. E existe um grande número de contingentes sem ocupação, sendo muito jovens idosos ou acompanhantes de trabalhadores e companheiros. A média salarial líquida é de 1.200 a 2.000 ou mais dólares por mês, fazer hora extra pode aumentar os valores sendo eles de 500 a 1.000 dólares por mês.

Os trabalhos mais árduos costumam ficar à margem da legislação de trabalho, porém são os que mais dão renda. Existem muitos casos de discriminação, mulheres recebem de 20% a 25% a menos que homens, e quanto mais dificuldade tiver com a língua japonesa mais é o trabalho árduo. No Japão não é comum a apreensão de passaporte de trabalhadores, o governo japonês procura combater com prisão as empresas aliciadoras que fazem recrutamento ilegal, justamente para evitar questões como prostituição de mulheres. Além disso, existem vários casos de pessoas que desejam trabalhar no Japão que constituem casamentos falsos, e não são decentes japoneses, pelo fato de que a lei japonesa permite que não descendentes possam trabalhar contando que haja cinco anos de casamento com um descendente ou japonês. Outro fato é que os migrantes temporários, por não conhecer a legislação trabalhista japonesa, e seu objetivo ser o de trabalho, acabam criando problemas para os japoneses, pois as empresas acabam optando por contratar os estrangeiros, gerando competitividade no mercado de trabalho japonês. Existem várias cidades como: Toyota, Hamamatsu, Kobe, Oizumi, Ota e Terni, que apresentam um grande número de

brasileiros. Nas escolas dessas cidades existem vários migrantes que ensinam sua língua, e vários filhos de migrantes que estudam a língua japonesa, os filhos dos migrantes brasileiros procuram estudar a língua portuguesa para não perder suas raízes, é também uma forma de “precaução” caso precisem voltar ao Brasil permanentemente, mesmo não acontecendo. É comum até ouvir rádios que passam músicas brasileiras e falam o português. Os filhos de migrantes que não nasceram no Japão que frequentam escolas japonesas também sofrem grandes evasões, devido à dificuldade de entender a língua, os pais por também não entenderem com prudência não conseguem ajudar e acompanhar os filhos nos estudos devido ao cansaço e falta de tempo pelo excesso de trabalho, também pela constante violência e bullying que sofrem nas escolas.

Existem lojas na quais se pode encontrar produtos brasileiros, porém com preços bastante elevados, por exemplo em Orizume, dentro do Brazilian Plaza, tem várias lojas de produtos brasileiros, principalmente alimentos. (ROSSINI, 2004, p.7-8)

Encontra-se também churrascarias, com rodízio, novelas de televisão à cabo sendo o principal canal Rede Globo, as mais influentes revistas e jornais são encontrados no Japão voltados para os brasileiros, como: International Press, Jornal Tudo Bem, Nova Visão, Folha Mundial. A comunicação com outros brasileiros é através de cartas principalmente, e telefones através de empresas como EMBRATEL, que facilita a comunicação em determinado horário do dia, e internet. As festas brasileiras acontecem principalmente na época de carnaval, e encontra-se empresas de entretenimento com temática brasileira principalmente, eventos boates e bares. Existem muitos impactos culturais, na qual os japoneses estranham e reclamam, como por exemplo falar muito alto, beijar em público, fazer churrasco na varanda, ficar até tarde em praças públicas, dirigir em alta velocidade, jogar lixo no chão entre outros.

Essa discussão prova que o enraizamento de migrantes em outros países se torna cada vez mais uma realidade, tanto dos brasileiros que vão e foram para o Japão, quanto os Japoneses que vieram e vem para o Brasil, sendo ainda mais frequente o grande número de nikkeis (denominação de japoneses e descendentes que vivem em outro país, ou trabalham e moram longe do Japão) que vivem no Brasil. (ROSSINI, 2004, p.9-10).

2 METODOLOGIA: CULTURA JAPONESA E O FESTIVAL EM BRASÍLIA.

Para a realização do estudo de turismo cultural, relações internacionais entre Brasil e Japão, a partir do Festival do Japão Brasília, fez-se necessário para o levantamento teórico, a realização de pesquisa bibliográfica, realizada de forma independente como parte de pesquisa textual, buscando conhecer e analisar as contribuições para este trabalho. Segundo Godoy (1995, p.23) é importante fazer as escolhas dos documentos que serão analisados de forma cautelosa, expondo as ideias e hipóteses sobre o que o pesquisador precisa aprender para trabalhar com tais informações. O pesquisador deve também optar por pequenas amostragens, ou casos que são importantes a serem citados em sua pesquisa.

Na definição de turismo a pesquisa é voltada a avaliar de dois pontos de vista distintos discutidos pela academia de turismo. Sendo eles o ponto de vista econômico, na qual os autores como: Urry (2001) e OMT (2003) afirmam que o turismo é uma ferramenta industrial importante para o desenvolvimento econômico de um estado ou país, e de outro lado o ponto de vista, autores como: Padilha (1994) e Mathieson Wall (1990), na qual afirmam que turismo é um fenômeno social cultural, que se trata das relações estabelecidas entre diferentes indivíduos que vivem em espaços geográficos distintos. Resgatando dos autores as diferentes visões, autores como Beni (1998), fazem uma análise que determina o turismo como a mescla das duas concepções, se tornando uma ferramenta que gera economia e mercado na qual também estabelece laços sociais culturais entre diferentes povos. Busquei desde definições iniciais trazer a discussão de turismo internacional, para introduzir na análise o foco das relações internacionais no turismo.

Na discussão sobre relações internacionais, a proposta é pontuar junto com os autores como Barretto (2003), a necessidade de mais estudos entre as relações internacionais com o turismo, perante as academias, sendo que no turismo as relações internacionais são delimitadas a globalização, e as relações internacionais com o turismo se tratando apenas de questões mercadológicas. Para levantar conceitos de relações internacionais, autores como: Renouvin (1967), Pecequillo (2004), Marcel Merle (apud OLIVEIRA, 1999), dirão que se trata de questões políticas e diplomáticas entre países, levando em extrema importância a história e parcerias na qual define essas relações, que para o turismo faz a total diferença, não só apenas pela criação de

empresas multinacionais, por exemplo; se o Brasil tem um bom histórico de amizade com o Japão, ou laços que fizeram com que os dois países tivessem uma boa troca cultural e social e econômica terão maior chance de que os turistas de ambos os países, possam recepção maior hospitalidade do que outros países. Já introduzido juntamente com os autores a importância do conhecimento de marcos histórico, políticos e econômicos, mais tarde abordado no trabalho sobre a relação política entre Brasil e Japão e seus primeiros contatos.

Para melhor entender a cultura se fez necessário não só buscar por autores de turismo, mas também buscar autores da antropologia e da sociologia como: Laraia (1932), Elias (1994), Vannucchi (1999) e Halbwachs (apud Barretto 2000). Definindo a cultura a relação entre povos, a troca de conhecimento, a diferenciação de identidade, através da forma do espaço e ambiente onde cada povo se estabelece. Religião, política, costumes tradicionais, gastronomia, manifestações sociais, ambiente natural, organização e outras formas de se comportar perante as outras pessoas, também serão construídos e moldados, por meio da memória coletiva ao passar dos anos. Através do turismo, encontra-se nos estudos o lado positivo e negativo do turismo cultural, sendo o lado positivo a troca de tecnologia, de informação, de câmbio, o movimento da economia, a possibilidade de estabelecer tratados de amizade, a admiração e respeito pelo estrangeiro. Já o lado negativo o turismo é o culpado pela globalização, empresas multinacionais que acabam tornando os espaços de turismo parecidos, fazendo com que a identidade cultural do espaço seja apagada, também pode fazer com que uma sociedade esqueça a importância da sua identidade cultural, demolindo arquiteturas antigas para construir prédios de concreto, tornando cada vez mais ambientes naturais e cidades de interior em urbano, consequentemente causando aumento nos preços de mercado aumentando o custo de vida.

Nas definições de eventos culturais, buscando autores como: Vieira (2015), Matías (2014), Hoeller (1999), Vieira (2015), Hoeller (1999) e Andrade (2002), que o primeiro marcos de eventos, foi estabelecido através de Jogos Olímpicos que eram eventos internacionais, acreditavam que os deuses participavam desses eventos, então a hospitalidade e a infra-estrutura já eram modificadas nesses espaços, pois ninguém queria mal receber um deus. Outros pontos abordados foram sobre as primeiras feiras, que também eram internacionais, elas são até hoje o varejo, na qual sempre se encontra novidades de mercado, com preços acessíveis, proporcionando trocas, levando aos povos as novas tecnologias e moda. Abordando também a definição de festivais, na qual temos a gastronomia fortemente representada, a música, a dança, o esporte, e o

comércio com variedades de produtos. Essas definições caracterizam o evento Festival do Japão Brasília, objeto de estudo deste trabalho, proporcionando uma característica mais clara da tipologia desse evento. Para o turismo, os eventos são se bem planejados uma forte “arma” para a sazonalidade de um país ou estado, e se forem mundialmente conhecido, se tornam a época de alta temporada para o comércio, aproveitando para disseminar a cultura local, e fortalecer a identidade cultural.

Pra começar a discutir a relação Brasil e Japão, trouxe um trabalho de Masato Ninomiya (1996), onde foi feito um estudo sobre os primeiros contatos históricos entre os dois países, destacando principalmente o Tratado de Amizade, Comércio e Navegação entre Brasil e Japão, pequenos encontros de dois povos extremamente distintos que cada vez mais foi se tornando uma relação que futuramente resultaria para os brasileiros uma mistura de nacionalidades, que hoje podemos ver nos brasileiros, traços físicos tipicamente japoneses.

No Festival do Japão Brasília, a temática central, além de ser disseminar a cultura japonesa, é principalmente contar a história dos 110 anos de imigração japonesa no Brasil, através de autores como: Tomoo Handa (1987), Hiroshi Saito (1961) e Tsugio Shindo (1930), na qual se fez necessário um estudo sobre a trajetória dos imigrantes, que contam através de cartas escritas pelos próprios imigrantes, que chegaram ao Brasil para trabalhar, e lhes foi prometido através de contrato com a Companhia de Colonização uma oportunidade de trabalhar nas fazendas de café e poder conseguir uma boa remuneração. O Japão se encontrava em crise, deixando várias famílias em situação de pobreza extrema, e daí que surge a oportunidade de trabalhar no Brasil, e ter o sonho de enriquecer. Já no Brasil fazia pouco tempo que acabava a escravatura, e os donos das fazendas de café encontravam dificuldade de mão-de-obra para trabalhar nos cafezais. Os autores trazem relatos dos imigrantes que estavam no navio Kasato-Maru, primeiro navio japonês a embarcar no Brasil, trazendo os 800 imigrantes, contando a impressão dos brasileiros sobre os japoneses, a forma como os japoneses se comportavam, a sua trajetória no Hotel de Imigrantes, a adaptação ao ambiente e clima brasileiro, a sua péssima estadia nas fazendas de café, a luta pela sobrevivência, a exploração de mão-de-obra dos donos das fazendas de café, os impactos culturais que causaram graves efeitos colaterais, a forma de comunicação entre as duas línguas, e as famílias que conseguiram sobreviver a essa época e se estabeleceram no Brasil, principalmente no estado de São Paulo.

Para finalizar a parte teórica, trouxe o trabalho de Rosa Ester Rossini (2004) que faz uma breve pesquisa na qual mostra como é nos dias de hoje, a vida de imigrantes brasileiros que vivem no Japão, sendo a trabalho a estudo ou brasileiros que são casados com japoneses ou são descendentes. Mostrando que também existem com os brasileiros impactos culturais, que dificultam a naturalização de brasileiros no Japão.

2.1 Entrevista com o senhor Kuniyoshi Yasunaga

O senhor Kuniyoshi Yasunaga foi presidente da FEANBRA, e hoje ele é o coordenador geral da associação, e da casa do estudante da língua japonesa de Brasília. O senhor Yasunaga foi quem deu um maior significado para o Festival do Japão Brasília, trazendo a cultura e a celebração da conquista dos japoneses em território Brasileiro. Ele é o responsável pela comunicação da FEANBRA, com todas as outras associações nipo brasileiras, e ele quem cria a agenda do evento e convida artistas para se apresentarem no palco principal.

O Segundo método abordado para a realização desse trabalho é a entrevista, essa segunda abordagem foi necessária para o levantamento de informações essenciais para a construção da descrição do Festival do Japão Brasília, e entender quem idealizou, organizou, qual o seu propósito, quem são suas parcerias, quantas edições o evento possui, e como foi realizado.

A entrevista pode ser qualificada como qualitativa ou quantitativa, as duas se dá devido a interação entre duas ou mais pessoas, na investigação científica o propósito é criar diagnóstico, encontrar problemas e ir a procura de soluções, e a outra é a pesquisa científica, na qual o foco é a coleta de dados, que irá mudar o método de visão do pesquisador ou condizer com o que o mesmo tinha idealizado:

Uma delas é a de favorecer a relação intersubjetiva do entrevistador com o entrevistado, e, por meio das trocas verbais e não verbais que se estabelecem neste contexto de interação, permitir uma melhor compreensão dos significados, dos valores e das opiniões dos atores sociais a respeito de situações e vivências pessoais. Outra vantagem é a flexibilização na condução do processo de pesquisa e na avaliação de seus resultados, visto que o entrevistado tem um papel ativo na construção da interpretação do pesquisador. Esta seria uma modalidade de triangulação (confiabilidade), pois, ao invés de o pesquisador sustentar suas conclusões apenas na interpretação que faz do que o entrevistado diz, ele concede a este último a oportunidade de legitimá-la. Este é um dos aspectos que caracteriza o produto da entrevista qualitativa como um texto negociado. (FRASER, 2004, p.140)

O método utilizado neste trabalho é a entrevista qualitativa, na qual possui melhor forma de coleta de informações para a descrição do Festival do Japão Brasília, esse método proporciona os seguintes tópicos:

- 1) para garantir a representatividade dos significados, passível de ser obtida ao entrevistar aqueles que conhecem e compreendem profundamente a realidade a ser estudada,
- 2) para permitir que o entrevistado sinta-se mais livre para construir seu discurso e apresentar seu ponto de vista, o que faz com que o roteiro seja o mais flexível possível, e, por último,
- 3) para submeter as interpretações do pesquisador à avaliação crítica dos próprios participantes da pesquisa (legitimidade). (FRASER, 2004, p.141)

A coleta de pesquisa qualitativa permite uma melhor compreensão através de falas e discursos, permitindo que haja por parte do entrevistador a investigação, fazendo-o entender com mais clareza o evento que está sendo estudado. No caso do festival, a melhor compreensão das idéias e objetivos iniciais e das mudanças obtidas ao longo do tempo na criação do festival, podem mudar a minha concepção inicial sobre a criação do evento, e pode através da interação do entrevistador e entrevistado mostrar sinais usados para decifrar mudanças positivas ou negativas sobre o evento durante a entrevista:

Deste modo, a entrevista dá voz ao interlocutor para que ele fale do que está acessível a sua mente no momento da interação com o entrevistador e em um processo de influência mútua produz um discurso compartilhado pelos dois atores: pesquisador e participante. Ao contrário, quando o foco de investigação é o comportamento humano, ou seja, a forma como as pessoas agem no cotidiano e não somente falam sobre ele, existem outras técnicas, tais como a observação participante e a observação sistemática que permitem melhor atender a estes objetivos. (FRASER, 2004, p.140)

Diferentemente de outros instrumentos de pesquisa como o questionário e técnicas projetivas, na entrevista cria-se a interação, criando uma atmosfera de influência recíproca entre o entrevistador e o entrevistado, ainda mais nas entrevistas não totalmente estruturadas, onde não se tem um roteiro a seguir, com questões previamente estruturadas que devem seguir de forma metódica. O entrevistado vai responder de acordo com as informações que o entrevistador detém, e que na verdade é o foco central da informação que o entrevistador deseja. A medida que a entrevista correr em interação mútua entre os dois, mais informação autêntica surgirá. (LUDKE e ANDRÉ, 1986 p.33)

A entrevista foi marcada a cerca de um mês com antecedência, para a realização do festival. No dia 9 de abril de 2018, às 9:30 da manhã o senhor Kuniyoshi Yasunaga coordenador geral do Festival do Japão Brasília me recebeu com muita hospitalidade na Associação de Estudos da Língua Japonesa de Brasília localizado na cidade de Brasília DF na L2 Norte SGAN 611. O senhor Yasunaga me recebeu em seu escritório, localizado no centro da associação próxima ao refeitório. A entrevista foi feita a partir de informações coletadas do site oficial do Festival do Japão Brasília, que cita os principais objetivos da realização do evento, sendo eles; divulgar a cultura japonesa, passar a história e tradição para gerações futuras, promover artistas e grupos de esportes japoneses, promoverem as associações nipo-brasileiras e estreitar laços entre Brasil e Japão.

Existe uma série de cuidados a serem seguidos ao decorrer de entrevistas. Um dos cuidados é ter respeito ao dia e horário marcado, cumprir de acordo com sua conveniência, solicitar permissão para citar ou gravar, e atender ao pedido de sigilo, em caso de anonimato de parte do entrevistado, se for o caso. Da mesma forma deve ser respeitado o universo próprio de quem detém as informações, respeitando a sua cultura e o ambiente na qual está inserido, a opinião e impressão sobre algum assunto ou problemática. O entrevistador deve saber ouvir, e fazer com que as informações circulem de forma dinâmica sem deixar que se faça um vácuo entre as perguntas e respostas, mas também deixar o entrevistado livre para poder concluir suas respostas, evitar também incentivar ou puxar o entrevistado para uma determinada opinião pré-definida pelo entrevistador. Importante criar um clima de segurança, para que o informante possa se expressar livremente. (LUDKE, e ANDRÉ, 1986, p.35)

As perguntas foram elaboradas de forma que incentivasse uma resposta clara e abrangente, dando espaço e liberdade para o entrevistado tomar o tempo que precisasse para

responder. A duração da entrevista foi em cerca de 20 minutos, dentro desta contagem cinco minutos foram de preparação do ambiente e permissão concedida ao senhor Yasunaga para a gravação da entrevista, a duração total de gravação é de 15,51 minutos. O tempo concedido a entrevista era breve, pois era véspera de realização do evento, e o senhor Yasunaga estava trabalhando em sua agenda de atrações que iriam se apresentar no palco principal do evento.



Figura 1: Kuniyoshi Yasunaga

Fonte: Pesquisador (2018)



Figura 2: Portão da AELJB

Fonte: Pesquisador (2018)

Após a entrevista foi possível identificar de forma clara, os principais objetivos da criação do evento, e foi possível acompanhar com o senhor Yasunaga as mudanças que o evento passou e a percepção de que o objetivo do evento se tornava cada vez mais complexo a cada edição do festival. Criando não só apenas um evento cultural japonês se tratando da venda de comércio, mas sim o fortalecimento e enraizamento da história japonesa no Brasil.

2.1.1 Festival do Japão Brasília

Segundo o senhor Kuniyoshi Yasunaga (apêndice 1) o Festival do Japão de Brasília é um evento criado pela FEANBRA (Federação das Associações Nipo-brasileiras do Centro-Oeste), são vários grupos de pessoas japonesas e decentes que se reúnem para facilitar a vivência de sua estadia no Brasil.

Segundo o site oficial do evento a FEANBRA tem as seguintes filiadas: ARCAAG: Associação Rural e Cultura de Alexandre de Gusmão (Brazlândia-DF), INCRA: Associação Nipo-brasileira do INCRA (Brazlândia), ACENBVB: Associação Nipo-brasileira de Vargem Bonita (Park Way-DF), AELJB: Associação de Estudos da Língua Japonesa de Brasília (Brasília-DF) e ACENP: Associação Nipo-brasileira de Paracatu (Paracatu-MG).

A FEANBRA criou inicialmente o Festival do Japão como um evento de degustação gastronômica, que o objetivo central era a criação de vários pratos típicos japonês em pequenas porções, e com o preço bem acessível, para que os participantes pudessem aproveitar a diversidade de pratos e conhecer a culinária japonesa, essa primeira edição do evento foi realizada na Associação de Estudo da Língua Japonesa de Brasília (AELJB), localizada na L2 Norte 611 Asa Sul realizada no ano de 2011. Com a entrada franca, a estimativa de público que os organizadores tiveram na primeira edição era de 4 mil pessoas, porém o público alcançado foi de 8 mil pessoas, causando assim um problema de pouca oferta para muita demanda, porém mostrando uma necessidade muito positiva do público de interagir com a cultura japonesa. O festival inicialmente tinha como objetivo ajudar financeiramente as associações que estavam envolvidas na realização do evento.

A segunda e a terceira edição, realizadas nos anos de 2012 e 2013, também com entrada franca, receberam a ajuda e o apoio de outras associações nipo-brasileiras de estados diferentes,

como por exemplo: São Paulo, Paraná e Goiânia. Essas edições cresceram tanto que já não era mais possível continuar o evento no local de origem. No ano de 2014, o senhor Kuniyoshi Yasunaga sendo hoje ex-presidente da FEANBRA e coordenador geral do Festival do Japão desde a primeira edição, teve a idéia de tornar o evento uma celebração cultural japonesa, incluindo além da gastronomia, shows musicais, artes marciais, exposições, oficinas e concurso de dança. O objetivo do evento mudou e passou a ser a preservação e a difusão da cultura nipo-brasileira, garantindo a continuidade de suas tradições, promovendo artistas, grupos culturais e esportivos, estreitando os laços entre Brasil e Japão, e ajudando financeiramente as associações nipo brasileiras (exatamente na qual se encontra na descrição do site oficial do Festival do Japão Brasília).

O público começou a se manifestar culturalmente no evento, fazendo apresentações de J-Pop (música popular japonesa) e Cosplays (ato de brincar de se vestir de personagens cartunescos), ajudando fortemente na divulgação do evento. O evento passou a ser comercial realizado no Pavilhão do Parque da Cidade com a entrada a custo de 10 reais a meia com um quilo de alimento. Não obtendo ajuda financeira do governo e nem de grandes empresas, faz com que a construção e evolução do evento seja até hoje mérito exclusivo das associações. No ano de 2016 foi considerado o maior e mais representativo evento sobre a cultura japonesa local, e foi incluído no Calendário Oficial de Eventos do Distrito Federal, através da Lei Estadual nº 5.697, de 23 de agosto de 2016. No ano de 2018 o Festival do Japão terá como o tema principal a comemoração dos 110 anos da imigração japonesa no Brasil, contando a história dos primeiros 800 imigrantes japoneses que vieram no navio Kasato-Maru, e celebrando a relação Brasil e Japão, por ser o Brasil em primeiro lugar na posição do país que mais abriga os nipo-descendentes, somando mais de 1,6 milhões de japoneses.

2.1.2 Organização, Planejamento e Público do Festival do Japão Brasília

A autora Giacaglia (2011, p.11-12,.) diz que o conceito de um evento é definido através de três etapas: tema central, missão e objetivos. O tema central é o próprio título do evento, a escolha do título deve ser feita com muito cuidado, pois tem enorme influência na probabilidade de sucesso da venda e da execução do evento. Em alguns eventos, os que têm periodicidade

anual, optam por manter o título fixo, e criam temas variados a partir do tema central de acordo com cada edição. Quanto mais segmentado o vento for, maior a probabilidade de sucesso. Todo evento tem a sua razão pela qual existe que é expressa através de sua missão.

A missão deve ser duradoura, não-perceptível no decorrer do tempo, deve ser capaz de traduzir em poucas palavras, o principal conceito do evento, o seu propósito e sua contribuição para o mercado, essa se torna a tarefa mais difícil. A descrição da missão descreve o motivo principal do evento. Essa razão deve ser traduzida em objetivos, sendo eles principais e secundários. (GIACAGLIA, 2011, p.13-15)

Por exemplo, o Festival do Japão Brasília, tem como principais objetivos; divulgar e preservar a cultura japonesa para as gerações futuras, garantindo a continuidade de suas tradições; promover artistas, grupos culturais e esportivos e estimular o surgimento de novos; promover as associações nipo-brasileiras e garantir sua continuidade; estreitar os laços de amizade entre o Brasil e o Japão. E seus objetivos secundários são: busca contínua pela excelência com boas práticas na organização do evento; agir com transparência, ética, respeito e solidariedade; zelar pela segurança de todos os envolvidos; fazer com que o festival seja um instrumento de desenvolvimento humano e promover Brasília e o Distrito Federal no âmbito cultural, esportivo e turístico.

Segundo o senhor Kuniyoshi Yasunaga (Apêndice 1), ele teve a iniciativa de tornar o festival um evento cultural, o senhor Yasunaga era presidente da federação das associações nipo-brasileiras (FEANBRA), no primeiro ano de sua gestão ele tinha idealizado o evento, em 2011 ele realizou o primeiro evento junto com as outras organizações. Para Andrade um evento de sucesso detém principalmente de um bom promotor de eventos, nas quais requer das seguintes habilidades:

Habilidades gerais:

- usar informações e implementar soluções para os problemas;
- dominar a tecnologia de sua atividade;
- selecionar informações importantes;
- reconhecer problemas e
- identificar oportunidades para promover inovações.

Habilidades de comunicação:

- transformar idéias em ações;
- manter credibilidade no ambiente de trabalho;
- ter a capacidade de ouvir e responder dúvidas;

saber fazer representação por escrito e
saber fazer representações verbais.

Habilidades de eficiência:

colocar o foco no ponto principal do empreendimento;
contribuir na formulação dos objetivos do empreendimento;
ajudar na revisão e no aperfeiçoamento das operações;
saber executar várias tarefas paralelamente e
saber gerenciar projetos e o tempo.

Habilidades de relacionamento:

ter capacidade de cooperação e de iniciativa;
saber trabalhar em equipe;
ter capacidade para treinar e aconselhar;
ter capacidade para trabalhar com pessoas e culturas diferentes;
saber relacionar-se dentro e fora do ambiente de trabalho.

(ANDRADE, 2002, p. 43, 44)

Antes das associações adotarem as idéias do senhor Yasunaga, cada organização fazia o seu próprio evento, com foco apenas na gastronomia japonesa. Logo no primeiro festival a expectativa de público era de três á quatro mil pessoas, e durante o festival foi contabilizado mais de oito mil pessoas deixando o espaço inferior para aguentar a capacidade do público. No segundo ano a FEANBRA que organizava as barracas e estandes, porém a partir do terceiro ano de festival foi combinado que cada associação seria responsável por um tipo de prato diferente, e foi permitido que grupos como Taiko (grupos de percussão, que tem como atração a música e dança típica japonesa) pudessem montar a suas barracas e vender os seus pratos, para ajudar a manter o grupo financeiramente.

Segundo a autora Giacaglia (2011, p.162), após a estruturação e construção do projeto do evento é necessário investidores e parceiros, para realizar o planejamento comercial, o organizador e promotor deve convencer seus parceiros de que esse investimento será algo recíproco para ambos, e que parceria entre os dois irá resultar em sucesso. Então torna-se necessário ter uma grande capacidade de comunicação e habilidade para seguir o intento.

Nas demais edições, principalmente as associações dos estados de São Paulo, Paraná e Goiás, são responsáveis pelas exposições, comércio de produtos exportados, praça de alimentação, apresentação de dança e música e demonstração de artes marciais, são todos responsáveis para a realização do evento. A FEANBRA na qual o senhor Yasunaga faz parte, apenas organiza o espaço e horários de apresentação de palco. As organizações são pequenas, porém mantém uma boa comunicação, formando uma teia, que ajuda a definir o que é necessário

e o que não será realizado, e caso necessite de uma exposição ou atração específica, os contatos são feitos através de indicações. O segredo é a boa comunicação entre organizações.

O evento também conta em sua realização com participação de brasileiros que são apreciadores da cultura japonesa, destacando principalmente os grupos de J Pop e de Cosplays, que são feitas exclusivamente através do próprio público, promovendo o festival e o deixando mais forte culturalmente.

A FEANBRA também é responsável pela passagem aérea e pela estadia de apresentadores, cantores, mágicos, bandas e grupos culturais, que acabam em sua estadia durante o evento saindo para conhecer Brasília.

Para Andrade (2002, p.58) é de extrema importância para o planejamento de eventos que se conheça os equipamentos turísticos dos locais na qual será realizado os eventos, os serviços, meio de hospedagem, a alimentação, entretenimento, e conhecer o roteiro turístico. Outro ponto importante é conhecer informações sobre preços e datas disponíveis, e obter tabelas e folhetos explicativos.

Até a quarta edição o festival era de entrada franca, pois não conseguiam apoio de empresas e organizações privadas, porém foi feito um acordo com a secretaria, que possibilitou a cobrança de ingresso para manter a estrutura do evento. Dentro da FEANBRA, têm uma comissão de organização, são seis pessoas, cada uma é responsável por coordenar uma parte do evento. São divididos em infraestrutura, calendário cultural (na qual o senhor Yasunaga é responsável), divulgação, marketing e recursos financeiros.

2.2 Pesquisa etnográfica aplicada ao Festival

Após o levantamento de dados sobre a criação do Festival do Japão, seus objetivos, e entender a relação cultural e internacional entre o Brasil e Japão ao passar dos anos. Para ir a campo buscar os resultados desta pesquisa, foi necessária a criação de uma pesquisa qualitativa etnográfica.

Richardson aponta situações nas quais os estudiosos identificam ser necessária a pesquisa qualitativa, ele cita três tópicos:

- 1 Situações em que se evidencia a necessidade de substituir uma simples informação estatística por dados quantitativos. Isto se aplica, principalmente, quando se trata de investigação sobre fatos do passado ou estudos referentes a grupos dos quais se dispõe de pouca informação.
- 2 Situações em que evidencia a importância de uma abordagem qualitativa para efeito de compreender aspectos psicológicos cujos dados não podem ser coletados de modo completo por outros métodos devido a complexidade que encerra. Nesse sentido, temos estudos dirigidos a análise de atitudes, motivações, expectativas, valores, etc.
- 3 Situações em que observações qualitativas são usadas como indicadores do funcionamento de estruturas sociais. (RICHARDSON, 1999, p.80)

Já para a caracterização da pesquisa etnográfica Godoy afirma a importância da identificação do objeto de pesquisa:

A pesquisa etnográfica inicia com a seleção e a definição de um problema ou tópico de interesse e dificilmente prossegue sem a adoção (em caráter provisório, mas orientador) de um modelo conceitual ou teoria útil à compreensão do evento estudado. Embora o etnógrafo evite a definição antecipada de hipóteses claramente especificadas, deve possuir um modelo que o oriente no estabelecimento de algumas questões ou proposições específicas. Pode optar por um modelo conceitual já conhecido - que pode ser uma teoria bastante elaborada - ou criar um esquema interpretativo próprio a partir de um ou mais construtos. (GODOY, 1995, p.28)

A pesquisa etnográfica já foi muito discutida perante diversos autores sobre o seu método a ser seguido, porém com o passar dos anos e as novas formas de se fazer pesquisa, a pesquisa etnográfica segundo a antropologia, tem como o objetivo desvendar o que as pessoas fazem em um determinado ambiente, tirando o resultado dessa interação e o que estão fazendo. Esse tipo de pesquisa procura descrever o porquê do comportamento dentro de um contexto específico, ou seja, procura entender a relação cultural de um grupo. A etnografia descreve um grupo de pessoas que estão inseridas no interesse do pesquisador. (WIELEWICKI, 2001, p.27-28)

Como já apresentado neste trabalho a cultura tem um conceito amplo, com diversas visões e pontos de vista, discutida pela sociologia, pela psicologia e pela antropologia, porém o que vale nesse projeto é entender a relação da cultura japonesa com a cultura brasileira através da história e do Festival do Japão Brasília, e como isso é refletido no turismo, o Festival do Japão Brasília tem como principal temática a disseminação da história da imigração japonesa no Brasil, da valorização da gastronomia japonesa, da influência da música e dança, incentivo ao esporte, comércio de produtos exportados, e ajudar financeiramente os grupos de nipo-descendentes que participam da construção do festival. A pesquisa etnográfica, no seu método de estudar e

entender como se antecede a problemática, e após a pesquisa efetivar a coleta de dados, a narrativa do pesquisador, deve sempre se adaptar a seus conceitos e ideia iniciais.

Para Wielewicki existem os seguintes critérios na construção de uma análise etnográfica:

O primeiro grupo é formado por aqueles que postulam a aplicação do mesmo critério dedicado à pesquisa quantitativa. Ao segundo grupo pertencem aqueles que acreditam ser a etnografia uma forma de ciência diferente das ciências físicas e que a pesquisa quantitativa, modelada em tais ciências, não seria adequada à natureza da vida social humana. Para alguns, a etnografia estaria mais próxima das artes e da literatura e deveria ser julgada de acordo com valores estéticos. Para os pesquisadores do terceiro grupo, não deveria haver qualquer critério para o julgamento de resultados, já que tal postura seria contraditória à própria natureza da pesquisa etnográfica. (WIELEWICKI, 2001, p.30)

A autora Arlinda Schmidt Godoy assume que a pesquisa etnológica é a melhor forma de extrair informações de um grupo cultural:

A etnografia abrange muitos níveis de análise: alguns são simples e informais, enquanto outros podem até se revestir de certa sofisticação estatística. A análise dos dados de campo deve permitir que o pesquisador verifique a pertinência das questões previamente selecionadas e das percepções que gradativamente vai refinando com o propósito não apenas de descrever, mas, de construir novas explicações e interpretações teóricas sobre o que está acontecendo no grupo social em estudo. (GODOY, 1995, p. 29)

A partir desse método as questões foram elaboradas com o foco no público que frequenta o evento, ou seja, os brasilienses. As organizações nipo brasileiras são as responsáveis pela criação do fenômeno estudado, e a respostas na qual pretendo resgatar com essa pesquisa, é principalmente a opinião e ideia dos brasilienses sobre essa cultura extremamente diferenciada, e até onde desperta a curiosidade ao manter esse contato.

Segundo Duarte, a escolha do sujeito a ser estudado é a estratégia extremamente importante para resgatar as respostas necessárias:

Nesses casos, a definição de critérios segundo os quais serão selecionados os sujeitos que vão compor o universo de investigação é algo primordial, pois interfere diretamente na qualidade das informações a partir das quais será possível construir a análise e chegar à compreensão mais ampla do problema delineado. A descrição e delimitação da população base, ou seja, dos sujeitos a serem entrevistados, assim como o seu grau de representatividade no grupo social em estudo, constituem um problema a ser imediatamente enfrentado, já que se trata do solo sobre o qual grande parte do trabalho de campo será assentado. (DUARTE, 2002, p.141)

A criação da pesquisa, elaborada através dos objetivos do Festival do Japão Brasília, referentes a entrevista com o senhor Yasunaga e a definição do público, após ser revisada pela professora e orientadora Livia Cristina Barros da Silva Wiesinieski, foi impressa em 100 cópias na forma de questionário.

3 RESULTADOS: FESTIVAL DO JAPÃO BRASÍLIA E SUA INFLUÊNCIA CULTURAL

O Festival do Japão Brasília comemora a sua sétima edição, os questionários foram divididos meio a meio, os primeiros 50 questionários foram aplicados no dia 04 de maio de 2018 (sexta-feira), às 15:28h da tarde, sendo finalizada às 17:09h do mesmo dia. Já a segunda remessa dos 50 questionários, foram aplicados no dia 05 de maio de 2018 (sábado), às 14:15h da tarde, sendo encerrada às 15:15h do mesmo dia. Na sexta-feira dia 4 a movimentação do público era fraca, ainda era possível encontrar os organizadores finalizando os últimos detalhes, os estandes estavam todos montados e organizados de forma que fosse possível a livre passagem do público.

Nas lojas havia placas que destacavam as novidades e as promoções, os vendedores ofereciam amostras grátis de seus produtos, principalmente doces e petiscos. Havia dois palcos, o palco principal era exclusivamente para atrações pré agendadas pelos organizadores, já o palco secundário era dedicado a dançarinos na qual incentivaram o público a se juntar para aprender a dançar o matsuri (dança tipicamente japonesa realizada na época de colheita como forma de agradecimento a natureza e a deuses). Ao cair da noite a movimentação do público aumentou, enchendo a praça de alimentação.

Logo no final da tarde começaram as apresentações culturais, foi possível assistir a grupos de dança formados por mulheres e crianças, na qual eram bem ensaiados e vestiam kimono (roupas tradicionais japonesas geralmente utilizadas em celebrações), um mágico e seu assistente que já haviam se apresentado por quase todo o Brasil, arrancavam a atenção unânime dos ali presentes, um casal de cantores faziam uma performance memorável, cantavam músicas populares brasileira em japonês, o grupo de Kendo (arte marcial japonesa moderna criada a partir de lutas tradicionais com espadas) fez uma performance próximo ao público, para que pudesse apreciar os detalhes das batalhas, e os apresentadores de hora em hora distribuíam brindes, em sua maioria ingredientes típicos japoneses para fazer Yakisoba , Onigiri e Sushi (comidas populares japonesa).

Já no sábado dia 05, a movimentação do público era frenética, a praça de alimentação lotada, nos estande de venda mal se encontrava espaço para chegar aos produtos, era perceptível o aumento do público japonês e descendente, mas o que mais prevalecia eram jovens, fantasiados de personagens de filmes e desenhos (Cosplays), já havia outras apresentações diferenciadas do

primeiro dia, como por exemplo: carros fazendo drift, escolas de design e tecnologia fazendo amostragem, marcas de carro japoneses exibindo novos modelos, e concurso de beleza. Durante os dois dias, a resposta ao público perante aos questionários foi em sua maioria receptiva e hospitaleira, sempre demonstrando educação, fazendo convites para me juntar a mesa enquanto os mesmos respondiam.



Figura 3: Homenagem Brasil e Japão

Fonte: Pesquisador (2018)

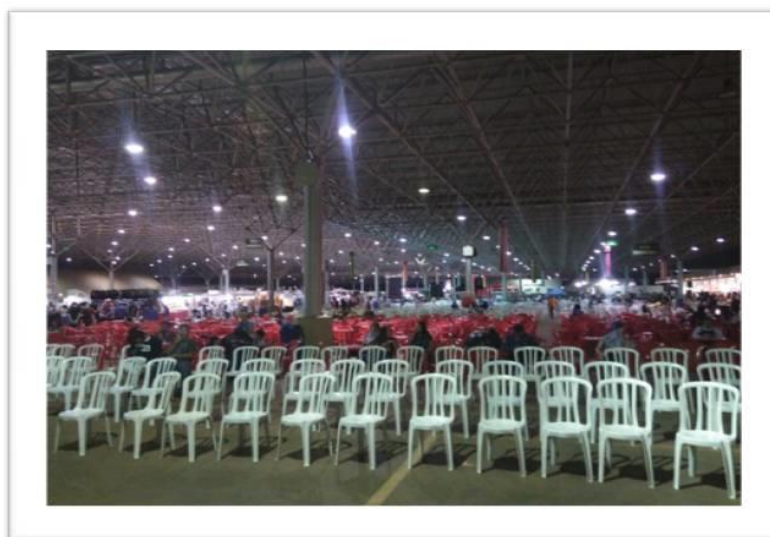


Figura 4: Palco principal

Fonte: Pesquisador (2018)

O objetivo central da pesquisa é analisar a importância e o significado do evento “Festival do Japão Brasília” nos aspectos econômico, social e cultural. O que o brasileiro acha da relação entre Brasil e Japão, como a cultura japonesa se insere no cotidiano, e como isso influencia no turismo de ambas as culturas.

Segundo Giacaglia (2011, p.181), o instrumento da pesquisa não deve ser muito extenso, deve-se lembrar que o participante é uma visita, e seu tempo e paciência é limitada, deve considerar os fatores cansaço e pressa, pois as opiniões são coletadas após a participação.

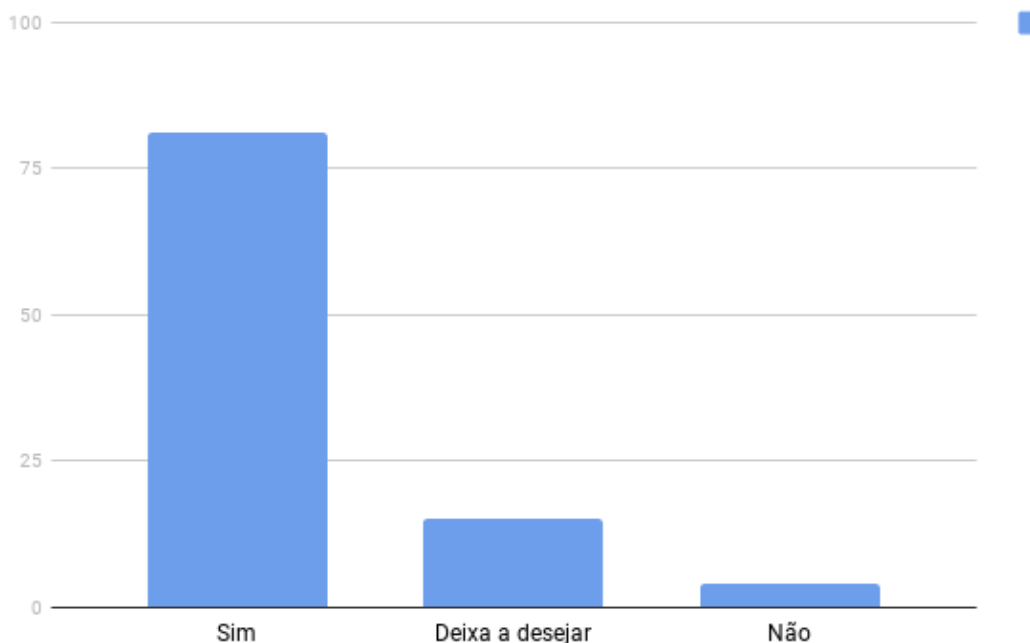
Após a aplicação dos questionários foi possível identificar segundo o Apêndice 2, que 60% dos participantes eram do sexo feminino e 40% do sexo masculino, sendo que 39% dos participantes apresentam faixa etária entre 18 a 25 anos, e 31% possui menos de 18 anos. A escolaridade é de 43% de ensino superior, 38% de ensino médio e 19% dos participantes solteiros. Perante o resultado e durante a aplicação dos questionários pude observar que o sexo feminino é predominante, nas praças de alimentação era comum encontrar grupos de 5 a 6 mulheres sentadas na mesma mesa. Já a faixa etária entre os participantes, nota-se que a maior parte do público é de jovem com menos de 18 anos até no máximo 25 anos, sendo de ensino superior e ensino médio. Sobre a avaliação da sétima edição do Festival do Japão Brasília, 52% dos participantes avaliaram o evento como bom e 42% avaliaram ótimo.

O Festival do Japão Brasília segundo o senhor Yasunaga (Apêndice 1) e no que consta no site oficial do evento, o festival é o evento que mais representa a cultura japonesa em Brasília, e como reconhecimento foi incluso em 2016 no calendário oficial de eventos de Brasília. Através dessa informação se faz necessário a opinião do público, na qual responderam um total de 6 questões, voltadas a entender a influência e interação do brasileiro com essa cultura.

Dos 100 participantes, 81 afirmam que sim, o festival é uma forte representação, das respostas discursivas destacam-se duas (Apêndice 2) que melhor expressaram sua opinião:

O evento apresenta fortes pontos dos traços orientais japoneses, faço parte de um clube de descendência japonesa em Paracatu (MG) e participo de eventos faz anos e não deixou nada a desejar em relação a cultura e o mundo geek apresentado pelos japoneses. (RESPOSTA 34)

Você acredita que o Festival do Japão Brasília representa a cultura japonesa?



Maravilhoso, esse é o primeiro ano que venho junto com meus amigos japoneses que já conheciam antes o evento. Estou gostando e super admirando a beleza da cultura japonesa. Espero que todos um dia tenhamos o prazer de conhecer tudo isso aqui. Fica aqui a minha admiração por essa linda cultura. (RESPOSTA 35)

Segundo os participantes que afirmam que o festival tem uma forte representação, em sua maioria, afirmam que a cada edição do festival, nota-se a aumento na identidade cultural japonesa, e a melhoria na programação cultural do evento. Já 15 participantes dizem que o evento deixa a desejar, e apenas 4 afirmam que não existe nenhuma representatividade, das respostas discursivas (Apêndice 2), se destacam:

Boa. No entanto, senti falta de gueixas espalhadas pelo pavilhão. Além disso acredito que o evento deixa abranger apenas estandes relacionados ao Japão, porém, vi produtos comuns do nosso cotidiano sendo vendidos aqui, e não tem relação com a cultura japonesa. (RESPOSTA 4)

Interessante, mas poderia ser melhor, talvez contando sua cultura através da sua diplomacia. (RESPOSTA 3)

Das respostas em sua maioria na qual dizem que o festival deixa a desejar e não representa a cultura japonesa, percebe-se que existe uma preposição de que a cultura japonesa se resume a questões mercadológicas, e demonstram sentir falta de mais tradicionalismo.

Ao comemorar a sétima edição, o festival destaca os 110 anos da imigração japonesa no Brasil, após o final do contrato de trabalho nos cafezais, várias famílias permaneceram e construíram suas vidas no Brasil, principalmente no estado de São Paulo, fazendo parte da miscigenação, resultando em vários brasileiros nipo descendentes. Referente a esta informação, fez se necessário a seguinte questão:

A cultura japonesa tem influência na sua vida cotidiana?

Opções	Respostas
Sim, tenho contato constantemente:	36
Sim, Tenho contato eventualmente:	30
Não, apenas aprecio:	19
Conheço a pouco tempo:	11
Não, vim acompanhar amigos / parentes:	4

No resultado da questão, 36 participantes afirmam ter constantemente contato com a cultura japonesa, podendo ser por vários motivos, 30 participantes afirmam que o contato é eventualmente, ou seja, apenas quando há a oportunidade, 19 participantes afirmam apenas ter admiração, 11 participantes acabam de ter os primeiros contatos com a cultura japonesa, e 4 participantes estão apenas acompanhando familiares e amigos. Através do resultado percebe-se que na maioria dos casos, há admiração, interesse e a vontade de proximidade com a cultura japonesa.

Segundo Giacaglia (2011, p.181), existem vários aspectos na qual cada evento precisa da avaliação feita pelos visitantes interessados ao organizador, promotor e patrocinador do evento.

Por exemplo, o participante vip, o que está interessado, o que foi por vontade própria, o que eventualmente acabou de se interessar pelo produto, serviço, objeto do evento, o que passou pelo local e por curiosidade parou para conhecer. Cada uma dessas categorias tem um interesse e peso de formas diferentes. É importante fazer a diferenciação dessas categorias, e saber interpretarem, por que se torna difícil fazer um questionário ou roteiro de entrevista para cada uma dessas categorias.

O Festival do Japão Brasília possui uma vasta lista de atrações, entre elas, amostras, degustações, concursos de beleza, divulgação e promoção de tecnologias e produtos. Para melhor entender o aumento da demanda a cada edição, e o que mais atrai o público para o festival, fez-se necessária a seguinte questão permitindo aos participantes a escolha de diversas opções:

Quais atrativos te fazem apreciar a cultura japonesa?

Opções	Respostas
Gastronomia	77
Artes	67
Produtos	56
Dança/Música	50
Esportes	21

Segundo o quadro a maior motivação é a gastronomia, seguida das artes (artesanato, mangas, pinturas, caricaturas, fantasias, etc), produtos, dança e música, e por fim esportes (artes marciais). Para Franco (1995, p.23) toda sociedade tradicional, através de cada comemoração, passagens, e ritos, faz-se necessário a boa alimentação, acreditava-se que nessas comemorações, deuses e espíritos ancestrais passavam, e deveriam ser bem agradados, para que não houvesse fúria. A gastronomia é uma tradição global, cada cultura tem a sua forma diferenciada de expressar, indispensável principalmente em eventos. Segundo o senhor Yasunaga (Apêndice 1), a idéia inicial das organizações era fazer um evento gastronômico, até que foi acrescentada a idéia cultural. No começo da pesquisa, mostra que a maior parte dos participantes é de jovens com

menos de 18 e até no máximo 25 anos, o que leva a grande influência e interesse nas artes japonesas, principalmente através dos mangás e animes (desenhos japoneses). O quadro também mostra o interesse de consumo, principalmente em adquirir produtos exportados. Nas questões discursivas (Apêndice 2), algumas respostas se destacam para esta questão:

Cheio de produtos com que não temos contato nas lojas, muita comida e ótima música. (RESPOSTA 7)

Muito legal, as apresentações, a gastronomia e os produtos do festival consegue atrair tanto tipo de público que já teve algum contato com a cultura japonesa, agradecendo-os e os ligando mais ao país em si. (RESPOSTA 11)

Bom, mais organizada do que a edição anterior e com mais opções de produtos e gastronomia. (RESPOSTA 19)

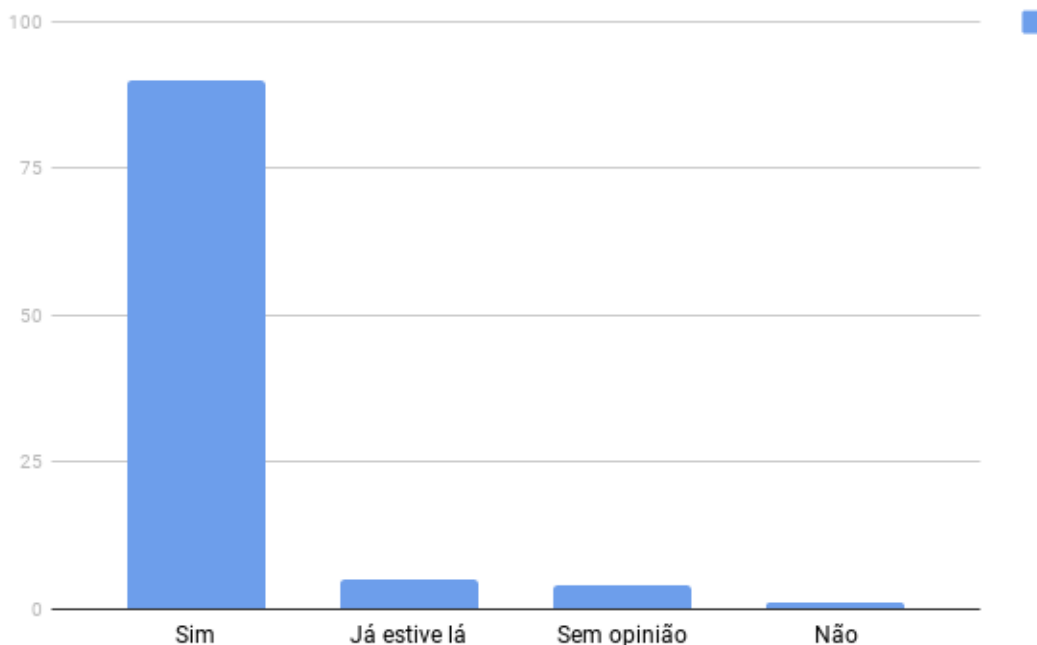
Muito boa, gostei dos estandes, da música, adorei as comidas. (RESPOSTA 22)

Gostei, pois tive a oportunidade de ver pessoalmente uma dança tradicional japonesa, tive contato com sake e com outras bebidas e guloseimas tradicionais. (RESPOSTA 28)

Achei muito boa, em todos os anos que fui teve produtos e comidas novas e á coisa de todo os tipos. O único ponto negativo que encontro é que apesar de saber de que os produtos não são brasileiros, são em maioria bem caros. (RESPOSTA 37)

Através da relação estabelecida entre o Brasil e Japão, e considerando a influência japonesa em território brasileiro. A partir da opinião dos participantes da pesquisa, foi aplicada a seguinte questão:

Você tem interesse em conhecer o Japão?



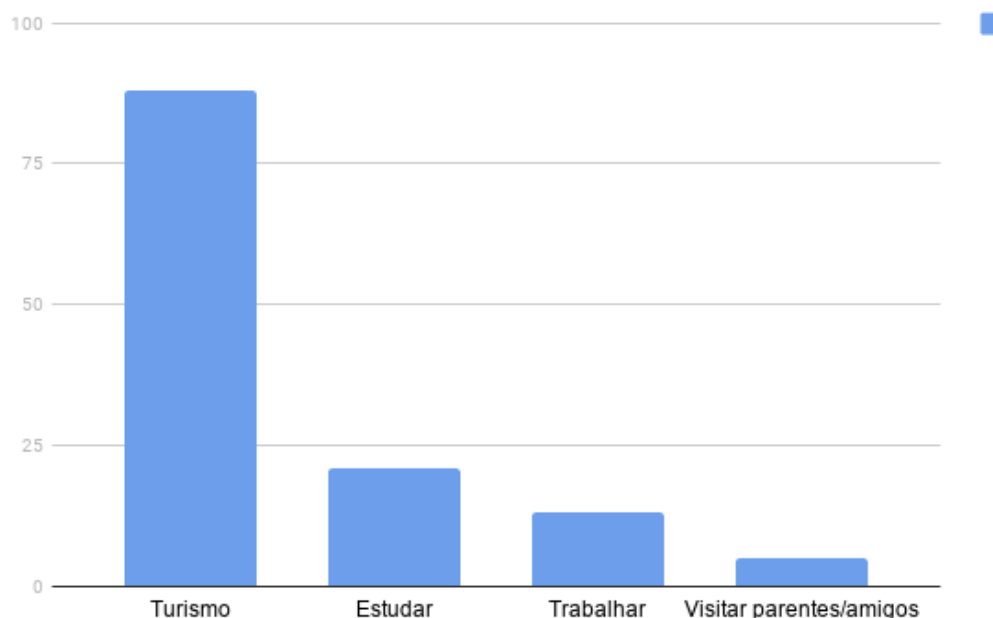
Segundo o resultado apresentado 90 participantes afirmam que o Japão é um potencial destino, 5 participantes afirmam já ter conhecido o Japão, e apenas 1 participante afirma não ter interesse.

Entre os 95 participantes que afirmaram ter vontade de conhecer o Japão ou que já tiveram a oportunidade, segue no questionário voltado a esses participantes, a dúvida da motivação que os leva, ou levou, para considerar o Japão o seu potencial destino:

Ao todo, 88 dos participantes afirmam que o turismo é o seu maior motivacional, 21 participantes pretendem estudar, 13 participantes trabalhar, e dos 5 participantes na qual afirmaram ter conhecido o Japão, confirmaram que durante sua estadia, permaneceram na casa de amigos e parentes.

Segundo o senhor Yasunaga (apêndice 1), o festival é feito por organizações nipo de vários estados, ele cita entre elas São Paulo, Paraná e Goiânia. Se para a construção e organização do festival, existe a influência de outros estados, fez-se necessário no questionário, saber se entre os participantes, o festival se torna de certa forma, um atrativo para a cidade de Brasília.

Qual a sua motivação para visitar o Japão?

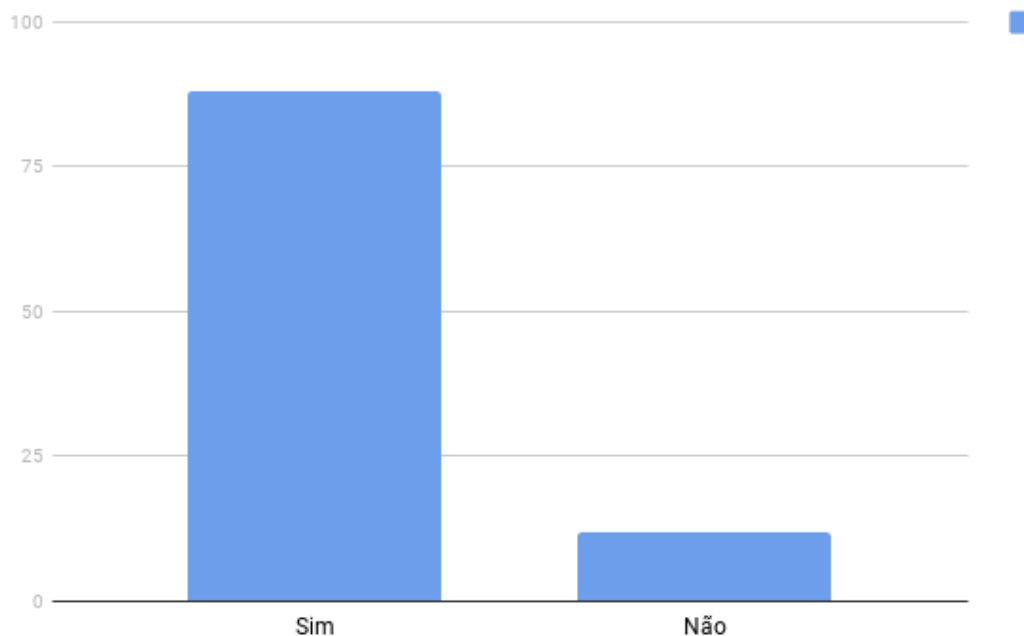


Você acredita que o evento Festival do Japão Brasília, atrai turistas de outros estados para Brasília?

Segundo o resultado, 60 participantes acreditam que o festival não é um potencial para atrair turistas a cidade de Brasília, 40 participantes acreditam que sim. Entre os 40 participantes que afirmam que sim, são citados os estados de São Paulo, Goiás, Minas Gerais e Rio de Janeiro. A maioria dos participantes acredita que o evento não é o suficiente para se tornar um atrativo turístico, apesar de que durante a aplicação dos questionários, houve dois relatos de participantes que se identificaram como turistas de Minas Gerais e São Paulo.

Por fim, para a finalização do questionário, é acrescentada a questão, para resgatar, através do ponto de vista dos participantes da pesquisa, se a história e narrativa, sobre a temática da realização da sétima edição do Festival do Japão Brasília, perante a troca cultural de países distintos, têm como promoção o turismo.

Na sua opinião a realização de eventos como este promove o turismo entre os países?



Como resultado 88 dos participantes acreditam que há promoção de eventos culturais entre ambos os países, e promoção ao turismo. E 12 participantes acreditam que não.

O evento é ótimo e atrai várias pessoas de todas as partes do Brasil. A cultura japonesa mesmo que bem definida entre muitos brasileiros, acabam consolidando seus fãs com eventos como esse, e atraindo mais pessoas que conhecem pouco da cultura, mas que apreciam algum produto de origem do mesmo. (REPOSTA 5)

Como o evento é ligado a cultura, seria muito importante o acontecimento deste. É bem válida a proposta do evento pela diversidade de cultura das pessoas que podem frequentar. Além do preço ser acessível, ainda tem a questão do quilo de alimento em que eles irão fazer uma ação social. A proposta do evento é muito relevante. (RESPOSTA 41)

Segundo Giacaglia (2011, p.177, 178), todo evento exige uma avaliação, que contribui para o sucesso do evento, o promotor e organizador precisa entender se seus objetivos foram alcançados, e se o público atendeu bem a sua narrativa. Sempre é necessário extrair as lições dos

pontos positivos e negativos. Quanto mais fácil os objetivos, mais fácil se torna a avaliação do evento. E dá mais sentido à melhor promover e patrocinar o evento, se seus resultados forem na maioria parte positivos ao dos objetivos idealizados.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O Turismo é um fenômeno em sua maioria planejado, organizado e utilizado como uma potência econômica, mercadológica e industrial. Essa visão abordada por diversos autores e pela indústria é uma forma de transformar a necessidade humana de contato com outros ambientes naturais, sociais culturais, urbano, em uma ferramenta para “elevar” o nível econômico dos países e classificar os países como “desenvolvidos”. Planejar, organizar e promover, são ações que devem ser executadas com um propósito de âmbito social, na qual faça parte de melhorias para a sociedade como um todo. A relação entre Brasil e Japão, abordada neste trabalho, mostra durante a história, que os primeiros contatos diplomáticos entre os dois países teve de início o único intuito de beneficiar ambos os países economicamente. O Brasil precisava de mão de obra para trabalhar nas fazendas de café, e o Japão passava por uma crise econômica na qual várias famílias viviam em situação de pobreza. Após um contrato estabelecido pela Companhia de Imigrantes, prometendo as famílias de japoneses, trabalho, boa remuneração, e melhor condição de vida. O Brasil, que acabava de passar pela abolição de escravos, e procurava mãos de obra em massa para trabalhar. Percebe-se que em algum momento da história, houve por ambas as partes, o estudo da cultura e costumes dos dois países, levando em consideração a diferença política, dos costumes, da alimentação, e da diferença ambiental.

Os imigrantes japoneses que chegaram ao Brasil sofreram de diversas formas, com choques culturais, exploração nas fazendas de café, problemas de saúde pela diferença de clima e alimentação, tiveram seus direitos humanos retirados, forçando-os a aprender a viver e conviver praticamente do zero, aprendendo a se comunicar, lutando para manter sua família viva, sofrendo preconceitos através de suas características físicas e comportamentais. Os donos das fazendas de café, para “melhor” utilizar o tempo de serviço estabelecido em contrato com a agência de imigração, escravizou os imigrantes japoneses, substituindo-os pelos povos negros, causando até hoje o problema de racismo na sociedade. Apesar de tudo, os imigrantes japoneses foram admirados pelos brasileiros e mesmo assim explorados. O Festival do Japão Brasília, comemorado já em sua sétima edição, aponta como sua principal temática do ano de 2018, os 110 anos de imigração japonesa. São povos que vieram de longe e foram deixando de herança suas famílias no Brasil, e se organizaram para que juntos, até nos dias de hoje, consigam melhorar a

sua estadia. Pela entrevista com Kuniyoshi Yasunaga, é possível notar que a cada ano esse laço entre as organizações nipo brasileiras se fortifica, e desde o início, o objetivo principal da criação do evento, é ajudar aos grupos que contribuem para o festival, a se manterem economicamente, para manter seus recursos. Seja pelos grupos de artes marciais, de escolas de língua japonesa, restaurantes, venda de produtos exportados, etc.

A partir da pesquisa de campo, os participantes afirmaram em sua maioria a admiração, pela cultura japonesa, ao período de aplicação da pesquisa, pude notar que os brasileiros mantinham sempre uma boa educação e paciência, sempre me oferecendo um lugar a mesa. Muitos dos frequentadores do festival são influenciados pela cultura japonesa em seu dia a dia, apreciando principalmente a gastronomia. O evento é quase sempre elogiado, demonstrando por parte dos frequentadores que a cada edição estão mais exigentes, sempre esperando que a edição atual supere todas as outras, e na maioria das vezes, afirmam que o evento se supera a cada ano, elogiando a organização e a programação, apontando sugestões. Mesmo o público afirmando que os produtos exportados contêm preços elevados, ainda sim faz economia durante meses para poder consumir no festival. Até mesmo os que dizem não ter consumido, afirmam interesse nas próximas edições. O festival representa fortemente a cultura japonesa, e leva o título de melhor evento Japonês de Brasília, apesar das dificuldades na qual os organizadores tiveram, sem ajuda de empresas privadas, fazendo com que apenas os grupos nipo brasileiros se ajudassem para a realização, mostra que esse fato só colabora ainda mais para a autenticidade do evento.

Perante o Festival do Japão Brasília, pode-se afirmar que a consequência é a promoção do turismo entre ambos os países, dos participantes da pesquisa 90% afirmam que querem conhecer o japão e 88% aponta o turismo como principal motivo. E como resultado final 88% de participantes afirmam que os dois países são contemplados com a promoção um do outro. Para finalizar a relação cultural entre Brasil e Japão foi estabelecida perante sua historia, o interesse econômico que ao passar dos anos, apesar de choques culturais e mal adaptação de uma cultura com a outra, foi se tornando para ambos, uma amizade, que demonstra admiração, respeito e cumplicidade.

REFERÊNCIAS

- ANDRADE, Renato Brenol (2002). Manual de Eventos 2 ed. Coleção Hotelaria. Caxias do Sul: EDUCS.
- ANSARAH, Marília Gomes dos Reis (org) (1999). Turismo: segmentação de mercado (vários autores). São Paulo: Futura.
- BARRETTO, Margarita (2012). Cultura e turismo: Discussões contemporâneas, 2 ed. Campinas, SP: Papirus.
- BARRETO, Margarita (2000). Turismo e Legado Cultural. 3 ed. Campinas SP: Papitus.
- BARRETTO, Margarita (2003). Turismo, políticas públicas e relações internacionais. Campinas SP: PAPIRUS. (Coleção Turismo)
- BENI, Mário Carlos (1998). Análise Estrutural do Turismo. São Paulo: SENAC.
- BENI, Mário Carlos (2011). Globalização do turismo: megatendências do setor e a realidade brasileira 3. Ed. São Paulo: Aleph.
- DUARTE, Rosália (2002). Pesquisa Qualitativa; Reflexões Sobre o Trabalho de Campo. Rio de Janeiro: Departamento de Educação da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/%0D/cp/n115/a05n115.pdf> Acesso em: 13 de junho de 2018.
- ELIAS, Norbert (1994). O processo civilizador, vol. 1. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.
- FRANCO, Ariovaldo (1995). De Caçador a Gourmet, uma história de gastronomia. Brasília: Thesaurus. Disponível em:
<https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=oeCc5kRgYgsC&oi=fnd&pg=PA22&dq=gastronomia+japonesa&ots=7Vk9bfsQFE&sig=tERZd8CfjSNVAHsfWhuYPD2F7lM#v=onepage&q=gastronomia%20japonesa&f=false>
Acesso em: 13 de junho de 2018.
- FRASER, Márcia Tourinho Dantas, GONDIM, Sônia Maria Guedes (2004). Da Fala do Outro ao Texto Negociado: Discussões sobre a entrevista na pesquisa qualitativa. Paidéia: Universidade Federal da Bahia. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/paideia/v14n28/04.pdf/> . Acesso em: 12 de junho de 2018.
- FESTIVAL DO JAPÃO BRASÍLIA. <http://www.fjapao.com.br/> Acesso em: 2 de Abril de 2018.

GIACAGLIA, Maria Cecília (2011). Eventos, como criar, estruturar e captar recursos. São Paulo: Cengage Learning.

GODOY, Arilda Schmidt (1995). Pesquisa Qualitativa, Tipos Fundamentais. São Paulo: Revista de Administração de Empresas. Disponível em:
<http://www.scielo.br/pdf/rae/v35n3/a04v35n3.pdf> Acesso em: 13 de junho de 2018.

HANDA, Tomoo (1987). O imigrante japonês: história de sua vida no Brasil. São Paulo: T.A. Queiroz: Centro de Estudos Nipo-Brasileiros.

LARAIA, Roque de Barros (1932). Cultura, um conceito antropológico, 14. ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.

MANZATO, Fabiana (2004). Organizações e Turismo / org. Carlos Honorato Santos. Caxias do Sul. RS: Educs.

MATIAS, Marlene (2014). Organização de eventos, procedimentos e técnicas 6 ed. São Paulo: Manole Ltda.

NINOMIYA, Masato (1996). O centenário do Tratado de Amizade Comércio e Navegação entre Brasil e Japão. São Paulo: Revista USP. Disponível em:
<http://www.periodicos.usp.br/revusp/article/viewFile/28385/30243> Acesso em: 22 de maio de 2018.

LAGE, Beatriz Helena Gelas. MILO, Paulo Cesar (2000). Turismo: teoria e prática. São Paulo: Atlas.

LUDKE, Menga, ANDRÉ, Marli. E. D (1986). Pesquisa em educação: abordagens qualitativas. São Paulo: Editora Pedagógica e Universitária. Disponível em:
https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/4091392/mod_resource/content/1/Lud_And_cap3.pdf
 Acesso em: 12 de junho de 2018.

OLIVEIRA, Odete Maria (1999). Relações Internacionais: Breves apontamentos e contextualizações. Relações Internacionais e globalização: Grandes Desafios. 2 ed. Ijuí: Unijuí.

OMT, Organização Mundial do Turismo (2003). Turismo Internacional Uma perspectiva global 2 Edição. São Paulo: Bookman.

PADILHA, Oscar de La Torre (1994). El Turismo, fenómeno social. México: Fondo de Cultura.

PECEQUILO, Cristina Soreanu (2004). Introdução às Relações Internacionais - Temas Atores e Visões. Petrópolis RJ: Vozes.

RICHARDSON, Roberto Jarry (1999 ree impresso em 2005). Pesquisa Social, Métodos e Técnicas 3 ed. São Paulo: ATLAS S.A.

RENOUVIN, Pierre (1967) tradução por Hélio de Sousa. Introdução a História das Relações Internacionais. São Paulo: Difusão Européia do Livro.

ROSSINI, Rosa Ester (2004). O Brasil no Japão: a conquista dos espaço dos nikkeis do Brasil no Japão. Artigo apresentado no XIV Encontro Nacional de Estudos Populacionais, ABEP. Caxambú MG. Disponível em: www.abep.org.br/publicacoes/index.php/anais/article/download/1293/1257. Acesso em 22 de maio de 2018.

SAITO, Hiroshi (1961). O Japonês no Brasil Estudo de Mobilidade e Fixação. São Paulo: Fundação Escola de Sociologia e Política de São Paulo.

SHINDO, Tsuguo (1930). Brasil e Japão os 100 Anos de Tratado de Amizade. Vila Mariana SP: Associação Cultural Recreativa Akita Kenjin do Brasil

URRY, Jhon (2001). O olhar do turista: lazer e viagens na sociedade contemporânea 3 ed. São Paulo: Studio Nobel: SESC.

VANNUCCHI, Aldo (1999). Cultura Brasileira, o que é, como se faz. 4 ed junho de 2006. São Paulo: LOYOLA.

VIEIRA, João Martins (2015). Eventos e Turismo, planejamento e organização da teoria à prática. Lisboa: Edições Sílabo Ltda.

WIELEWICKI, Vera Helena Gomes (2001). A pesquisa etnográfica como construção discursiva. Maringá, Paraná: Departamento de letras, Universidade Estadual de Maringá. Disponível em: <file:///C:/Users/Fylippe/Downloads/2724-8440-1-PB.pdf> Acesso em: 13 de junho de 2018.

APÊNDICE 1

Entrevista com Kuniyoshi Yasunaga, realizada no dia 09/06/2018 às 9:30 da manhã, horário oficial de Brasília. Associação Casa do Estudante.

1) Como começou, e quem teve a idéia e iniciativa de fazer o Festival do Japão Brasília?

Na verdade a idéia eu sempre tive, eu fui presidente da associação aqui no DF, fui diretor da associação de outras localidades fora daqui do DF, e aqui em Brasília mesmo, como eu sempre tive essa intenção, essa idéia, de fazer a parte da cultura. Começamos assim bem pequeno, o primeiro evento foi realizado aqui, nessa casa aqui, foi trabalhado com a expectativa de um público de três, quatro mil pessoas, e para esse vento realmente pedimos a colaboração das associações que existem aqui no DF, como na época do primeiro evento, eu estava como presidente da federação das associações nipo brasileiras, que é a FEANBRA, que é hoje a que organiza esse festival. No primeiro ano eu idealizei como seria o festival, aí no segundo ano da minha gestão, já com o apoio das associações, realizei o primeiro evento aqui, e o público que a gente tava esperando na expectativa era de três, quatro mil pessoas, daí que deu quase oito mil pessoas, e o espaço aqui ficou muito pequeno, com tanta gente, que a gente não tava com essa coisa toda ainda. E a ideia é de poder preservar e difundir a cultura japonesa, aqui em Brasília estava precisando de alguma coisa assim, cada associação, faz seus eventos pequenos, mas na época, não era tão assim também como hoje, naquela época, as associações, faziam seus eventos, faziam yakisoba, fazia algum evento pequeno assim, mas não tinha essa coisa da cultura envolvida com essa parte gastronômica. E aqui a gente realmente penso assim, que o festival, a parte da gastronomia a gente pensou muito em divulgar a gastronomia e para que as pessoas pudessem vir aqui, apreciar, por exemplo: a gastronomia e conhecer a parte da cultura, tipo palco, exposições, oficinas essas coisas aí. E a gastronomia também, não era tanto como hoje, hoje ficou uma coisa bastante comercial, mas na época a idéia era que a gente pudesse fazer pratos pequenos, com porções pequenas, com preço mais acessíveis, para que as pessoas pudessem degustar vários tipos de pratos, mas hoje não, hoje por exemplo, até o segundo ano, nós fizemos nós mesmos, a FEANBRA a federação ela que organizava todas as barracas que existiam no festival, mas a partir do terceiro nós começamos a delegar, cada tipo de pratos para cada associação, grupos culturais, quem quisesse participar para poder fazer os seus pratos e

comercializar, hoje por exemplo é as associações os grupos culturais, os grupos de taiko que participam também produzindo a sua parte gastronômica, para poder manter a sua associação, o seu grupo, então ficamos bastante comercial, mas a parte cultural, realmente é uma das nossas atrações, que estamos aí praticamente das 10h às 10h com o palco totalmente ocupado, com nossas apresentações, seja dança, seja artes marciais, cantores de música japonesa. Então são coisas que muitas vezes as pessoas vão ao evento e vão pagar 10 reais e acha que é caro? Pelas atrações pelo que a gente oferece, eu acho realmente que é muito barato, mas é a atração nossa, o objetivo nosso. A gente não tem apoio do governo e apoio de grandes empresas, o esforço realmente é de todo o grupo de trabalho, o pessoal que tá lá expondo, os bazares, na verdade é o conjunto todo que realiza esse evento, a gente está na coordenação realmente pra poder organizar. Aquela parte cultural que a gente realiza, e vem muita gente de fora, muita gente do interior de São Paulo, pessoal do Parana, pessoal de Goiânia, são todos nossos. Os participantes em si não são todos descendentes, são apreciadores da cultura japonesa, e eles participam das danças, participam do taiko, eles cantam, inclusive temos apresentação de cantor que já é o terceiro ou quarto ano que ele canta para gente, e ele não é descendente, mas ele canta música japonesa. A parte dos jovens, a parte dos Cosplays que participam dos grupos de J Pop, que cantam e dançam música japonesa, e eles ajudam a fazer o evento também, por que essas coisas não é a gente que faz, é as pessoas que estão participando que vão fazendo o evento também. Mas isso tudo pra agregar nessa parte de divulgação, e hoje por exemplo em Brasília quase 80%, 90% do público que a gente tem no festival é não descendente, por isso essa integração e esse ano como a gente tá comemorando 110 anos da imigração japonesa no Brasil, então tem algumas coisas que a gente vai trazer algumas coisas realmente voltadas para apresentar o que aconteceu durante a imigração, exposições vai estar ocorrendo lá.

2) Como é a interação entre expositores e parceria do evento?

A comunidade japonesa é menor do que outras comunidades, se você for comparar com a comunidade Alemã, Italiana, a japonesa é menor, porém mais organizada, conhecemos pessoas de outros estados e vamos conversando, nos comunicando, e um indica o outro, é uma rede que acaba se construindo, assim você acaba conseguindo trazer as pessoas que você acha que seria interessante trazer para Brasília. Já o pessoal que se apresenta no palco, eles vêm, daí pagamos a hospedagem a alimentação e o transporte, para divulgar e conhecer. Também não deixa de ser

uma parte turística, o pessoal que não conhece Brasília, acaba vindo, participa do evento e acaba conhecendo a cidade. Então todo grupo que vem de fora, a gente faz questão mostrando os pontos turísticos de Brasília. O festival do Japão foi incluído dentro do calendário oficial do Distrito Federal.

3) Como foi a aceitação do público desde quando começou o primeiro evento?

A do primeiro a entrada foi franca, a do segundo foi franca, a partir do quarto começamos a cobrar o ingresso, devido a falta de patrocínio e apoio, daí buscamos apoio a secretaria, a secretaria deu apoio, mas ela não tem investimento em dinheiro, mas houve um acordo que dessa forma possibilitou ser cobrado ingresso, daí é onde conseguimos manter toda essa estrutura do evento. Por que é um evento caro de ser feito.

4) Como vocês se organizam na parte de construção do evento?

Temos uma comissão de organização, somos em 6 pessoas, cada um cuida de uma parte. Tem o pessoal da infra-estrutura, a parte cultural fica comigo, tem a parte de divulgação, a parte financeira, os 6 são uma coordenação geral.

5) Aqui onde estamos, é uma casa de estudantes?

Aqui é uma Associação Casa do Estudante, são estudantes que vem de fora do DF, e outros que moram muito longe e não dá pra ficar indo e voltando. Temos uma outra área que é uma escola modelo de língua japonesa, mas é uma outra instituição.

6) O senhor é o coordenador da casa do estudante também?

Eu estou aqui como administrador da casa, eu já fui presidente da federação da FEAMBRA, e hoje estou como coordenador geral do Festival desde o início. Já fui presidente da FEAMBRA, mas deixei a presidência, mas continuo o coordenador geral do Festival.

APÊNDICE 2

QUESTIONÁRIO - FESTIVAL DO JAPÃO BRASÍLIA

O objetivo central da pesquisa é analisar a importância e o significado do evento “Festival do Japão Brasília” nos aspectos econômico, social e cultural. O que o brasiliense acha da relação entre Brasil e Japão, como a cultura japonesa se insere no cotidiano, e como isso influencia no turismo de ambas as culturas.

Qual o seu sexo?

Feminino: 60

Masculino: 40

Qual sua faixa etária?

Menos de 18 anos: 31

Entre 18 e 25 anos: 39

Entre 26 e 39 anos: 15

Entre 40 e 59 anos: 13

60 anos ou mais: 2

Qual o seu estado civil?

Solteiro(a): 74

Casado(a): 13

Separado: 4

Viúvo(a): 1

Outros: 8

Qual é a sua escolaridade?

Ensino Fundamental: 10

Ensino Médio: 38

Ensino Superior: 43

Pós Graduação: 8

Outros: 1

Como você avalia o Festival do Japão Brasília?

Péssimo

Ruim: 1

Regular: 5

Bom: 52

Ótimo: 42

Você acredita que o Festival do Japão Brasília representa a cultura japonesa?

Sim: 81

Não: 4

Deixa a desejar: 15

A cultura japonesa tem influência na sua vida cotidiana?

Não, vim acompanhar amigos / parentes: 4

Não, apenas aprecio: 19

Conheço a pouco tempo: 11

Sim, tenho contato constantemente: 36

Sim, Tenho contato eventualmente: 30

Quais atrativos te fazem apreciar a cultura japonesa?

Gastronomia: 77

Música/ Dança: 50

Artes: 67

Esportes: 21

Produtos: 56

Você tem interesse em conhecer o Japão?

Sim: 90

Não: 1

Já estive lá: 5

Não tenho opinião formada: 4

Se sim, qual a sua motivação para visitar o Japão?

Turismo: 88

Visitar parentes e amigos: 5

Trabalhar: 13

Estudar: 21

Você acredita que o evento Festival do Japão Brasília, atrai turistas de outros estados para Brasília?

Sim: 40

Não: 60

Se sim, de onde?

Goiás 8x

São Paulo 10x

Arredores, estados próximos de Brasília. 4x

Minas Gerais 6x

Rio de Janeiro 2x

Valparaíso

Novo Gama

Sudoeste

Qualquer estado que não tenha associações nipo brasileiras.

Todos os estados que não possuem esse tipo de evento. 2x

Na sua opinião a realização de eventos como este promove o turismo entre os países?

Sim: 88

Não: 12

Como você avalia esta edição do Festival do Japão Brasília?

Resposta 1:

Por novo no futuro, talvez promova o turismo, ainda é muito.

Resposta 2:

Pela programação acredito que precisa de mais atrações da cultura tradicional.

Resposta 3:

Interessante, mas poderia ser melhor, talvez contando sua cultura através da sua diplomacia.

Resposta 4:

Boa. No entanto, senti falta de gueixas espalhadas pelo pavilhão. Além disso, acredito que o evento deixa abranger apenas estandes relacionados ao Japão, porém, vi produtos comuns do nosso cotidiano sendo vendidos aqui e não tem relação com a cultura japonesa.

Resposta 5:

O evento é ótimo e atrai várias pessoas de todas as partes do Brasil. A cultura japonesa mesmo que bem definida entre muitos brasileiros, acabam consolidando seus fãs com eventos como esse, e atraindo mais pessoas que conhecem pouco da cultura, mas que apreciam algum produto de origem do mesmo.

Resposta 6:

O Festival é um meio inicial para conhecer a cultura japonesa, ele possui adaptações brasileiras, mas ainda tem um pouco da cultura japonesa, então de uma forma geral é bom.

Resposta 7:

Cheio de produtos com que não temos contato nas lojas, muita comida e ótima música.

Resposta: 8:

Incrível, mesmo eu não sendo descendente eu amo a cultura nipo, acrescentou muito no meu estudo sobre a língua e cultura.

Resposta 9:

Uma edição anual que atrai muita gente de jovens até idosos por ser uma cultura diferente.

Resposta 10:

Excelente!

Resposta 11:

Muito legal, as apresentações, a gastronomia e os produtos do festival consegue atrair tanto tipo de público que já teve algum contato com a cultura japonesa, agradecendo-os e os ligando mais

ao país em si.

Resposta 12:

Boa, mas poderia melhorar em alguns aspectos, como o conforto e o lugar.

Resposta 13:

Tem mais coisas americanas do que japonesas, preços exorbitantes, mas enfim é legal.

Resposta 14:

Melhor que o anterior.

Resposta 15:

The price is must expensive.

Resposta 16:

Está sendo ótimo, o único ponto negativo é o ingresso não ser mais de acesso livre.

Resposta 17:

Top.

Resposta 18:

Esta é a primeira vez que venho, mas apreciei bastante principalmente as opções gastronômicas e as apresentações culturais. No entanto, tem muito barulho da apresentação de carros que atrapalha as apresentações.

Respostas 19:

Bom, mais organizada do que a edição anterior e com mais opções de produtos e gastronomia.

Resposta 20:

Eu gosto.

Resposta 21:

Bem organizado, porém falta mais atrações. Precisa ser mais divulgado o evento.

Resposta 22:

Muito boa, gostei dos estandes, da música, adorei as comidas.

Resposta 23:

Mais estandes de comida! Positivo.

Não teve o estande de bonsai, Sebinho, Just Dance, o segundo palco, mini estúdio de fotos do CC (Central-Cosplay)

Resposta 24:

Bom, mostra um pouco sobre a cultura, atraindo a curiosidade até mesmo para quem não tem contato com a cultura japonesa.

Resposta 25:

Muito Boa.

Resposta 26:

Muito Boa.

Resposta 27:

Muito bom, venho todos os anos.

Resposta 28:

Gostei, pois tive a oportunidade de ver pessoalmente uma dança tradicional japonesa, tive contato com sake e com outras bebidas e guloseimas tradicionais.

Resposta 29:

Um evento bem organizado e muito interessante.

Resposta 30:

Legal.

Resposta 31:

Muito Legal.

Resposta 32:

Bem divertida.

Resposta 33:

Ainda melhor que a do ano passado, crescendo a cada ano.

Resposta 34:

O evento apresenta fortes pontos dos traços orientais japoneses, faço parte de um clube de descendência japonesa em Paracatu (MG) e participo de eventos faz anos e não deixou nada a desejar em relação a cultura e o mundo geek apresentado pelos japoneses.

Resposta 35:

Maravilhoso, esse é o primeiro ano que venho junto com meus amigos japoneses que já conheciam antes o evento. Estou gostando e super admirando a beleza da cultura japonesa. Espero que todos um dia tenhamos o prazer de conhecer tudo isso aqui. Fica aqui a minha admiração por essa linda cultura.

Resposta 36:

Acho que é uma boa oportunidade para conhecer mais sobre a cultura, se divertir e conhecer pessoas com gostos semelhantes aos seus.

Resposta 37:

Achei muito boa, em todos os anos que fui teve produtos e comidas novas e á coisa de todo os tipos. O único ponto negativo que encontro é que apesar de saber de que os produtos não são

brasileiros, são em maioria bem caros.

Resposta 38:

Legal. Bom para conhecer a cultura e culinária, e os outros atrativos do Japão.

Resposta 39:

Muito boa, porém os preços dos produtos são um pouco alto.

Resposta 40:

Bom! Porém com apresentações muito fracas. Tudo caro e me senti pobre, muito muito pobre mesmo. Adrielle.

Resposta 41:

Como o evento é ligado a cultura, seria muito importante o acontecimento deste. É bem válido a proposta do evento pela diversidade de cultura das pessoas que podem frequentar. Além do preço ser acessível, ainda tem a questão do quilo de alimento em que eles irão fazer uma ação social. A proposta do evento é muito relevante.

Resposta 42:

É um festival extremamente incrível.

Resposta 43:

Interessante, mas poderia ter mais da música pop do Japão.

Resposta 44:

Muito boa a iniciativa. Parabéns aos organizadores e deveria ter outros eventos considerando outros países culturais.